

# **”Fotballens salg av medierettigheter”**

Kandidatnummer: 544

Leveringsfrist: 25.04.2008

Til sammen 17878 ord

15.09.2008

# Innholdsfortegnelse

<b><u>1</u></b>	<b><u>INNLEDNING.....</u></b>	<b><u>4</u></b>
1.1	Oppgavens tema og problemstilling .....	4
1.2	Avgrensninger .....	5
1.3	Historikk og utviklingstrekk .....	5
1.4	Metode og kilder .....	8
1.5	Den videre fremstilling .....	11
<b><u>2</u></b>	<b><u>FOTBALLENS ORGANISASJON.....</u></b>	<b><u>12</u></b>
<b><u>3</u></b>	<b><u>FOTBALLENS RETTSLIGE VERN FOR EGET ARRANGEMENT.....</u></b>	<b><u>14</u></b>
3.1	Innledning.....	14
3.2	Kringkastingsloven § 2-8.....	15
3.3	Opphavsrett .....	16
3.4	Sedvane .....	16
3.5	Eiendomsrett .....	18
3.6	Sammenfatning .....	19
<b><u>4</u></b>	<b><u>EKSKLUSIVITETEN AV MEDIERETTIGHETENE.....</u></b>	<b><u>19</u></b>
4.1	Innledning.....	19
4.2	Grunnloven § 100.....	20

<b>4.3</b>	<b>De ulike medieaktørene .....</b>	<b>23</b>
4.3.1	Innledning .....	23
4.3.2	Kringkastingsselskaper .....	23
4.3.3	Internett.....	26
4.3.4	Aviser .....	28
<b>4.4</b>	<b>Statlig regulering av salg av medierettigheter .....</b>	<b>29</b>
<b><u>5</u></b>	<b><u>MEDIERETTIGHETENE TIL KLUBBENES KAMPER.....</u></b>	<b><u>31</u></b>
<b>5.1</b>	<b>Innledning.....</b>	<b>31</b>
<b>5.2</b>	<b>NIF 2008 kapittel 14 og NFF 2008 kapittel 15 .....</b>	<b>32</b>
<b>5.3</b>	<b>Norsk Toppfotball.....</b>	<b>34</b>
<b>5.4</b>	<b>Konkurransetilsynets vurdering av hvem som har rett til å forføye over medierettighetene.....</b>	<b>37</b>
<b>5.5</b>	<b>Fotballmedia AS.....</b>	<b>40</b>
<b>5.6</b>	<b>Skal spillerne ha en økonomisk gevinst av salget? .....</b>	<b>41</b>
<b>5.7</b>	<b>Eierforholdet til medierettighetene i Europa .....</b>	<b>42</b>
<b>5.8</b>	<b>Konklusjon .....</b>	<b>44</b>
<b><u>6</u></b>	<b><u>KONKURRANSERETTSLIGE PROBLEMSTILLINGER.....</u></b>	<b><u>44</u></b>
<b>6.1</b>	<b>Innledning.....</b>	<b>44</b>
<b>6.2</b>	<b>Anvendelse av konkurranseloven ved fotballens salg av medierettigheter .....</b>	<b>45</b>
<b>6.3</b>	<b>Er krrl. § 10 brutt dersom forbundet og klubbene inngår en kollektiv avtale om å selge medierettighetene?.....</b>	<b>47</b>
6.3.1	Innledning .....	47
6.3.2	Kollektivt salg etter konkurranseloven § 10 (1).....	47
6.3.3	Kollektivt salg etter EU/EØS-avtalen .....	48

6.3.4	Kan kollektive avtaler fritas fra forbudet i krrl. § 10 (1)?.....	50
6.3.5	Konklusjon.....	56
<b>6.4</b>	<b>NFFs salg av medierettigheter i forhold til krrl. § 11 .....</b>	<b>56</b>
<b>6.5</b>	<b>Fotballmedia AS.....</b>	<b>59</b>
<b>6.6</b>	<b>Eksklusive avtaler med virkning som begrenser konkurransen .....</b>	<b>60</b>
<b>6.7</b>	<b>Begivenheter av vesentlig samfunnsmessig interesse.....</b>	<b>62</b>
<b><u>7</u></b>	<b><u>AVSLUTTENDE BEMERKNINGER.....</u></b>	<b><u>65</u></b>
<b><u>8</u></b>	<b><u>KILDEOVERSIKT.....</u></b>	<b><u>A</u></b>
	Forkortelsesregister .....	A
	Litteratur .....	A
	Domsregister, kommisjonspraksis og andre vedtak .....	C
	Lover og forskrifter .....	D
	Forarbeider.....	D
	Internasjonale avtaler og konvensjoner .....	E
	Direktiver .....	E
	Idrettslige lover .....	E
	Elektroniske dokumenter:.....	F

# 1 INNLEDNING

## 1.1 Oppgavens tema og problemstilling

Hovedproblemstillingen for oppgaven er fotballens salg av medierettigheter. Med "fotballens salg av medierettigheter" menes fotballklubbene og særforbundets adgang til å selge dekningsrettigheter til media. Medierettigheter kan defineres som "en rett til å oppta, overføre eller videreformidle lyd, bilde, tekst og lignende fra et arrangement via tv, radio, internett eller på annen måte".<sup>1</sup> For at et medieselskap kan dekke en begivenhet, må selskapet ha tilegnet seg rettighetene knyttet til selve arrangementet fra den rettmessige innehaveren av dem.

NFF<sup>2</sup> og NTF inngikk 17. juni 2005 en avtale med TV2 og Telenor. I avtalen ble det bestemt at TV 2 og Telenor mot å betale til sammen én milliard kroner fikk medierettighetene til norsk fotball de neste tre årene. TV2 og Telenor fikk medierettighetene til Tippeligaen, Adeccoligaen, Toppserien for kvinner og den norske cupen. I tillegg fikk de rettighetene til landskampene som spilles i Norge for fire år.<sup>3</sup>

I forbindelse med avtaleinngåelsen i 2005, har det oppstått ulike rettslige problemer. Mange av disse problemene har vært til stede også tidligere, men de har aktualisert seg i større grad enn før som følge av de stadig økende økonomiske interessene som foreligger i fotballen i dag. Den 16. april 2008 ble medierettighetene til norsk fotball for sesongene 2009 til 2013 lagt ut for salg. Dette bidrar til at problemstillingen blir ytterligere aktualisert, ettersom det skal forhandles om ny medieavtale inneværende år.

Både før og etter avtaleinngåelsen har det blant annet vært en debatt om hvem som har rett til å selge medierettighetene til Tippeligaen. Er det NFF eller klubbene som besitter denne retten? Eller må rettighetene anses for å være i et sameie mellom dem?

---

<sup>1</sup> NFF 2008 § 15-2 (1).

<sup>2</sup> Se forkortelsesregister nedenfor i punkt 8.

<sup>3</sup> Avtalen er ikke offentlig tilgjengelig, men store deler av avtalens innhold er blitt kjent gjennom media.

Det har videre oppstått et spørsmål angående eksklusiviteten av medierettighetene. Hva kan fotballen lisensiere av medierettigheter til den kontraherende medieaktøren? Er det begrensninger i eksklusiviteten i forhold til eventuelle tredjemenn?

Det har i forbindelse med salget i 2005 også oppstått konkurranserettslige spørsmål. For eksempel er det et spørsmål hvorvidt en kollektiv salgsavtale vil være i strid med konkurranseloven § 10, som gir forbud mot konkurransebegrensende samarbeid.

## 1.2 Avgrensninger

Det er i hovedsak salg av rettigheter til tv-selskaper som skal behandles, da tv er det medium som genererer størst inntekter for fotballen. Men også andre medier som eksempelvis internett og aviser vil bli berørt, ettersom ”medierettigheter” er et vidt begrep.

Det foreligger videre ulike typer rettigheter i tilknytning til et arrangement. Det må derfor i denne sammenheng avgrenses mot en klubbs arrangementsrettigheter som salg av billetter og reklame til kamp, rettigheter knyttet til bruk av varemerket, rettigheter knyttet til markedsføring av spillere og sponsorer.

Oppgaven dreier seg dessuten om de norske toppklubbenes på herresiden. Med toppklubber menes klubbene i Tippeligaen og Adeccoserien. Begrunnelsen er at disse klubbene er profesjonelle, og at det er her de økonomiske interessene foreligger. Det må til slutt avgrenses mot salg av medierettigheter til landskampene på hjemmebane, da disse rettighetene ikke i noe tilfelle tilhører klubbene.

## 1.3 Historikk og utviklingstrekk

Det er ulike årsaker til at salg av medierettigheter i dag har fått et større økonomisk omfang enn tidligere. Utover på 1990-tallet ble fotballen over store deler av verden profesjonalisert.

Fotballen gikk fra en amatørtilværelse, til en profesjonell tilværelse der spillerne kunne livnære seg av idretten. Samfunnsutviklingen kan i denne sammenheng være en vesentlig faktor. Innbyggerne, spesielt i det vestlige samfunn, fikk større økonomisk handleevne og mindre arbeidstid. Dermed har også underholdningsindustrien vokst. Idrett, og da fotball i særklasse, har tjent penger på dette.

Fotballens stigende økonomiske og kommersielle betydning har gjort salg av tv- og medierettigheter til en integrert og lukrativ del av den profesjonelle verden. I et økonomisk henseende anslås fotballen å utgjøre 3 prosent av verdenshandelen.<sup>4</sup> Som en illustrasjon på den økonomiske og kommersielle utviklingen kan det nevnes at de engelske tv-selskapene BSkyB og Setanta har betalt drøyt 19 milliarder kroner for tv-rettighetene til Premier League de neste tre årene.<sup>5</sup>

Også i Norge har den økonomiske og kommersielle utviklingen av fotballsporten økt. Den forrige TV-avtalen fra 2002, som hadde en varighet på tre år, ga fotballen cirka 300 millioner kroner, mens avtalen fra 2005 hadde som nevnt en verdi på 1 milliard kroner. Fotballen ble først kringkastet på NRK. Men etter hvert da TV-monopolet ble avviklet, fikk også andre tv-selskap anledning til å kringkaste norsk fotball. Denne konkurransen har sannsynligvis bidratt til verdiøkningen i 2005.

At verdien på salget var såpass stor, kan også ha sin begrunnelse i hvordan fotballproduktet ble solgt. For å oppnå en større konkurranse mellom aktørene på markedet ble fotballproduktet delt opp i en rekke mindre pakker eller produkter. Eksempelvis ble det foretatt et skille mellom retten til å vise kamper på allmennkringkastingskanaler og betalingskanaler, samt internett og mobil. Disse ble solgt som separate produkter. Disse oppdelingene bidro til at nye aktører med et annet nedslagsfelt enn tidligere kom på banen.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Skovsgaard Haugaard og Fisker, Sportskontrakter, 2004, s. 17.

<sup>5</sup> Internett: <http://www.premierleague.com/page/History/0,,12306,00.html>.

<sup>6</sup> Giske m.fl., Juridiske og praktiske utfordringer på mange fronter ved salg av Fotballrettigheter – en oversikt, Idrottsjuridisk skriftserie, Artikelsamling nr. 11, 2006, s. 77.

Selv om produktet ble oppdelt i flere pakker, fikk TV2 og Telenor tilslag på produktet som helhet.

I tråd med den teknologiske utviklingen i samfunnet, har også nye distribusjonsplattformer vært en medvirkende årsak til at verdien på medierettighetene har økt betraktelig de siste årene. Visning av fotballkamper via internett og på mobiltelefon, medfører at fotballen kan nå ut til flere personer uavhengig om de sitter hjemme, foran PC-en eller er på reise.<sup>7</sup>

Samlet sett innebærer samfunnsutviklingen, den økende konkurransen på markedet mellom de ulike aktørene og den teknologiske utviklingen til at fotballen stadig genererer større inntekter gjennom salg av medierettigheter. Den verdiøkningen medierettighetene har fått gjennom de seneste tiårene innebærer at medierettighetene blir en viktigere faktor i et forbund og en klubbs handleevne og eksistens. Etter tv-avtalen ble inngått i 2005, omsatte de norske tippeligaklubbene samlet for 1,07 milliarder kroner i 2006, det vil si cirka 76 millioner kroner per klubb.<sup>8</sup> Dette representerte en kraftig vekst fra tidligere år, og den viktigste årsaken var inntektene fra TV-avtalen.

Likevel kan det stilles et spørsmål om hvorvidt medieinntektene faktisk utgjør så store forandringer i klubbenes fotballhverdag. For de største klubbene vil tv-inntekter utgjøre en velkommen, men likevel beskjeden inntektskilde, ettersom andre inntektskilder som eksempelvis sponsorsalg utgjør en større andel av inntektene.<sup>9</sup> For de mindre klubbene vil derimot tv-inntektene ha en større effekt. Fordelingen av inntektene som foretas i ettertid garanterer alle klubbene en minstesum, og denne summen kan for de minste klubbene utgjøre en betydelig andel av klubbens inntekter. Uansett har den nåværende avtalen i dag økt både de største og de relativt mindre klubbenes inntekter i forhold til det tidligere medieavtaler har gjort.

---

<sup>7</sup> Ibid. s. 77.

<sup>8</sup> Internett: <http://www.sportsanalyse.no/wip4/print.epl?id=178049>.

<sup>9</sup> Rosenborg har for eksempel sponsorinntekter på omkring 60 millioner.



## 1.4 Metode og kilder

Det finnes ikke formelle lover som direkte regulerer de idrettsrettslige problemstillinger. Bakgrunnen for dette er idrettens autonomi. Idretten er blitt gitt betydelig selvstyre og selvdømme. Siden idretten som sådan er basert på frivillighet, har idretten i stor grad fått anledning til å styre seg selv. Idrettens autonome struktur innebærer videre at medlemmene i lag og klubber er underlagt de foreningsrettslige lover som foreligger, og at tvistesporsmål avgjøres av foreningens egne organer, uten adgang til domstolsprøving.

Reguleringen av interne forhold i norsk idrett skjer derfor i stor utstrekning på grunnlag av de lover, regler og vedtak idrettens organisasjoner selv vedtar. Gjennom idrettstinget i NIF er idretten gitt kompetanse til å vedta sine egne regler og bestemmelser. På denne bakgrunn vil de idrettsrettslige reglene få en like sentral plass i denne fremstillingen som en formell lovtekst ville fått på et rettsområde der det hadde foreligget formelle lover, og der det ikke hadde foreligget et subsidiært regelverk som det idrettslige.

NFF 2008<sup>10</sup> vil være den mest sentrale rettskilden, men også NIF 2008,<sup>11</sup> UEFA 2007<sup>12</sup> og FIFA 2007<sup>13</sup> vil få betydning. UEFA er en organisasjon bestående av de nasjonale særforbund i Europa, mens FIFA er en tilsvarende organisasjon på verdensbasis. Disse kildene regnes som sagt ikke som formelle lover, da de ikke er vedtatt av kompetent lovgivningsmyndighet.

---

<sup>10</sup> Norges Fotballforbunds Lov av mars 2008.

Internett: <http://www.fotball.no/t2.aspx?p=766&cat=51832>.

<sup>11</sup> Lov for Norges Idrettsforbund og Olympiske Komité av 1.januar 2008.

Internett: <http://www.idrett.no/t2.aspx?p=18965>.

<sup>12</sup> Statutes of UEFA av juni 2007.

Internett: <http://www.uefa.com/uefa/mediaservices/regulations/index.html>.

<sup>13</sup> FIFAs organisasjonslover: The Statutes 2007 og Standards Statutes 2005.

Internett: <http://www.fifa.com/aboutfifa/documentlibrary/organisation.html>.

Idrettens regler kan bli overprøvd av nasjonale og internasjonale domstoler dersom de er i strid med preseptorisk lovgivning. Den rettslige regulering av idretten kan altså i dag, både i Norge og internasjonalt, karakteriseres som et ”dualistisk regelsystem”,<sup>14</sup> med idrettslige lover og regler på den ene siden, og samfunnets alminnelige regler på den andre siden. At andre formelle lover vil spille inn ved idrettsrettslige forhold er klart. For eksempel vil avtalelovens regler anvendes ved tolking og utfylling av avtaler. Idretten kan ikke leve alene uten innvirkning fra samfunnets øvrige lover og regler.

I den senere tid har synet på fotballens autonomi endret seg i forbindelse med fotballens økonomiske og kommersielle utvikling. Større økonomiske interesser kan medføre at lovgiver nå velger å involvere seg mer i regelfastsettelsen innen fotballen, da forbundets handlinger kan få større samfunnsmessige konsekvenser.<sup>15</sup> Også EU/ EØS-retten har bidratt til at idrettens autonomi er blitt innskrenket. Der idrettens egne bestemmelser er stridende mot grunnleggende rettigheter i EU- og EØS-avtalen, vil felleskapsrettens regler gå foran idrettens autonomi.

Et eksempel på dette er den såkalte Bosmandommen fra 15. desember 1995 der fotballspilleren Jean Marc Bosman gikk til sak mot det belgiske forbundet, da han ikke fikk bytte klubb vederlagsfritt ved fullførelsen av kontrakten.<sup>16</sup> EF-domstolen ga Bosman medhold da de eksisterende overgangsreglene var i strid med felleskapsrettens regler. Avgjørelsen innebar dermed en innskrenking i idretten og fotballens autonomi og ”interne” forhold.

Regelverket innen idretten inneholder ikke forarbeider, slik som den formelle lovgivningen gjør. Der formelle lover har relevans, vil også deres forarbeider ha relevans.

---

<sup>14</sup> Haugaard og Fisker, EU og internasjonale klubsifter – set i fotboldens lys, Idrætsjuristen 2004, s. 63–80, på s. 64.

<sup>15</sup> Kultur- og kirkedepartementets har blant annet fremmet et forslag om å listeføre begivenheter av vesentlig samfunnsmessig betydning. Listeføringen vil medføre et inngrep i fotballens autonomi, da listen vil regulere hvem fotballen kan selge rettighetene til. Se punkt 4.4.

<sup>16</sup> C-415/93.

Det er videre lite rettspraksis om fotballens salg av medierettigheter. Rettslige tvister om dette spørsmålet har sjelden vært oppe for norske domstoler.<sup>17</sup>

Også EU/EØS- retten vil være relevant som rettskilde ved fotballens salg av medierettigheter. Relevansen kan her vise seg på to måter. For det første kan EU-retten utøve direkte innflytelse ovenfor UEFAs regler, eksempelvis ved at UEFA pålegger nasjonale forbund å vedta andre regler etter press fra EU-organene. For det andre kan endringer eller bestemmelser i EU få direkte betydning for den formelle lovgivning i Norge, da Norge har forpliktet seg til å gjennomføre EØS-avtalen til norsk rett. Dette kan igjen få betydning for hva NFF kan vedta av lover og bestemmelser. Begge måtene kan påvirke tolkingen av hvordan NFF 2008 skal forstås. Salg av medierettighetene må være i samsvar med forpliktelsene Norge har påtatt seg gjennom avtaler og konvensjoner med andre land, eksempelvis EØS-avtalen og EMK. Ved motstrid vil nasjonal rett vike, jf. blant annet EØS-loven § 2.

Domstols- og kommisjonspraksis fra internasjonal rett kan også være relevant. Såfremt de ulike rettsregler har sitt grunnlag i konvensjonsforpliktelser som Norge har påtatt seg, vil avgjørelser og uttalelser fra organene om tolkingen og anvendelsen av konvensjonene i fellesskapsretten få betydning for innholdet av gjeldende rett. EU-Kommisjonen har behandlet enkelte aspekter ved salg av medierettigheter. Den rettskildemessige betydningen av kommisjonspraksis kan diskuteres, men at kommisjonspraksis er relevant som rettskildefaktor er klart.<sup>18</sup> Da dette er et område med beskjeden domstolspraksis, vil kommisjonspraksis utgjøre en viktig kilde.

Omfanget av den juridiske teori på idrettsrettens område har økt de senere årene. Likevel er det fremdeles relativt lite idrettsrettslig teori i forhold til andre rettsområder, eksempelvis kontraktsretten. En årsak til det kan være at idrettsjus utgjør et spesielt, og lite lovregulert

---

<sup>17</sup> Imidlertid vises det til LB-2000-2421, "Treminuttsdommen", som vil bli diskutert senere i avhandlingen.

<sup>18</sup> Rt. 1999 s. 569, på s. 577, der Høyesterett anvendte en uttalelse fra EU-Kommisjonen.

rettsområde. Juridisk teori er en relevant rettskilde, selv om vekten av den kan være diskutabel.<sup>19</sup>

Også reelle hensyn kan ha relevans.<sup>20</sup> På idrettens område kan det for eksempel være relevant å ta i betraktning sportlige hensyn. EU-Kommisjonen har i et nyhetsbrev av 2. juni 1998 uttalt i en vurdering av EF- traktatens artikkel 81 (3):

“The fulfilment of these criteria should not be based on purely commercial considerations. The special characteristics of the sport in question have to be taken into account.”<sup>21</sup>

Kommisjonens uttalelse indikerer at det er legitimt å argumentere med sportslige hensyn i en rettslig vurdering. Slike hensyn kan for eksempel være solidaritetsforholdet mellom klubbene, jf. punkt 6.3 nedenfor.

I fremstillingen vil jeg dessuten benytte meg av artikler fra internett. Det kan både være artikler som av mer nyhetspregede artikler, og artikler som kan ha en rettskildemessig verdi som juridisk teori. Gjennom disse artiklene har deler av tv-avtalen fra 2005 blitt offentlig kjent. Artiklene kan tjene som en illustrasjon på problemene som knytter seg til salg av medierettighetene.

## 1.5 Den videre fremstilling

Jeg vil i det følgende kort gjøre rede for hvordan fotballens organisasjon er bygget opp, da organisasjonsstrukturen på idrettens område er sentral for forståelsen av problemstillingen (punkt 2). Videre vil jeg gjennomgå hvilket rettslig grunnlag fotballen har for å disponere over medierettighetene (punkt 3). I forlengelsen av dette vil jeg behandle grensene for hva

---

<sup>19</sup> For eksempel: Marthinussen, En ny rettskildelære?, 2006, s. 109, punkt 3.

<sup>20</sup> Eckhoff og Helgesen, Rettskildelære, 2001, s. 369.

<sup>21</sup> Competition Policy Newsletter 1998-number 2-June, Broadcasting of sports events and competition law, avsnitt IVII, punkt 8.

[http://ec.europa.eu/comm/competition/speeches/text/sp1998\\_037\\_en.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/speeches/text/sp1998_037_en.html).

fotballklubbene og NFF kan bestemme ved et salg (punkt 4). Deretter vil jeg drøfte hvilken part som har kompetanse til å selge medierettighetene (punkt 5). Til slutt vil jeg drøfte konkurranserettslige problemer knyttet til salg av medierettigheter (punkt 6). Hovedvekten vil bli lagt på punkt 5 og 6 da disse reiser de største problemene.

## **2 FOTBALLENS ORGANISASJON**

Fotballen, og idretten for øvrig, er organisert i et hierarkisk system. Det foreligger et rangforhold mellom de ulike leddene innen fotballen.

For å delta i det norske ligasystemet, må fotballklubbene være lisensiert av NFF, jf. NFF 2008 § 8-8, jf. § 8-1. Lisensieringen medfører at klubbene er underlagt de regler og retningslinjer NFF oppstiller. Klubbene kan derfor ikke handle eller vedta saker i strid med NFFs bestemmelser. Ved overtredelse av NFFs reglementer kan klubbene ilegges sanksjoner av ulik grad.<sup>22</sup>

NFF er det nasjonale særforbund eller organisasjonsledd for fotballen i Norge. NFF utleder sin kompetanse fra NIF, og må derfor følge de regler og retningslinjer NIF oppstiller.<sup>23</sup> NIF er en organisasjon som omfatter alle særforbund i Norge, og er dermed det øverste organ innen idretten i Norge.<sup>24</sup> NFF er i tillegg til å være underlagt regler fra NIF, også underlagt regler og retningslinjer fra de internasjonale fotballforbundene UEFA og FIFA.<sup>25</sup>

Det må derfor presumeres at NFFs regler er i overensstemmelse med UEFA og FIFAs regler. Dersom det oppstår motstrid mellom idrettslige regler og nasjonal preseptorisk

---

<sup>22</sup> NFFs sanksjonsreglement § 2-1.

<sup>23</sup> NIF 2008 §§ 1-1, 2-2 og 2-15.

<sup>24</sup> NIFs nettsider: <http://www.idrett.no/t2.aspx?p=14009>.

<sup>25</sup> NFF 2008 § 1-1.

lovgivning, vil nasjonal lovgivning ha forrang. En konsekvens av dette er at de idrettslige reglene vil være forskjellige fra land til land. I Italia er det for eksempel lovregulert at hver klubb eier medierettighetene til sine hjemmekamper. Mens i Norge er det NFF som er den formelle eieren av dem, se punkt 5 nedenfor.

I motsetning til NFF, er NIF uavhengige fra UEFA og FIFA. NFF kan derfor risikere å forholde seg til to overordnede ulike regelsett. Det kan i denne situasjonen oppstå motstrid mellom regelsettene. Hvilket regelsett som skal ha innbyrdes forrang er ikke avklart. For medierettighetenes vedkommende inneholder både NIF og de internasjonale regelsettene bestemmelser om salg av medierettigheter.

Salg av medierettigheter er en del av idretten og dermed omfattet av lovverkene til NFF,<sup>26</sup> NIF,<sup>27</sup> UEFA<sup>28</sup> og FIFA.<sup>29</sup>

---

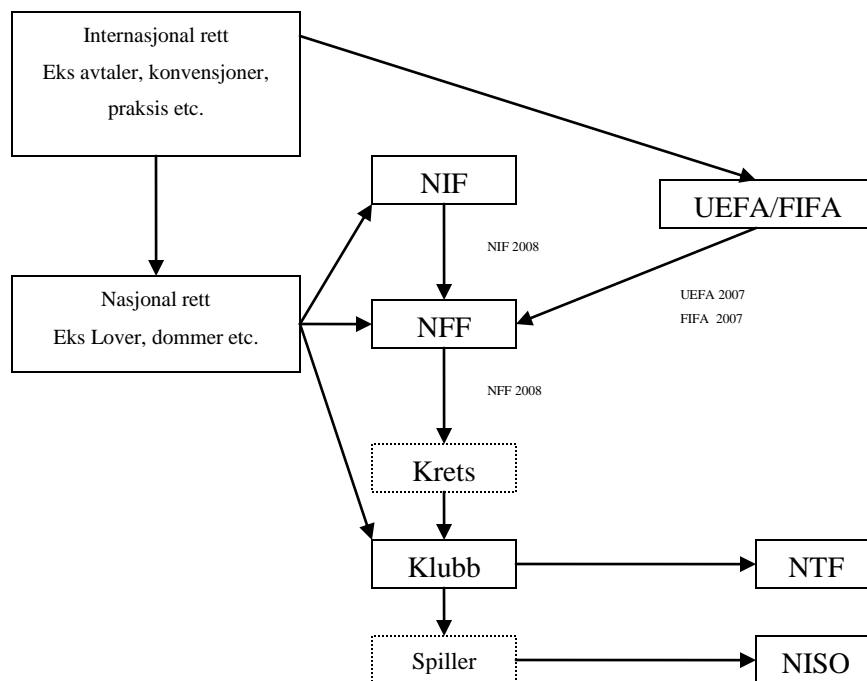
<sup>26</sup> NFF 2008 kapittel 15.

<sup>27</sup> NIF 2008 kapittel 14.

<sup>28</sup> UEFA 2007 Artikkel 47 og 48, og Regulations governing the implementation of Article 48 of the UEFA Statutes 2001.

<sup>29</sup> FIFA 2007 Artikkel 48.

Figur 1. "Hierarkimodellen".



Figuren illustrerer den hierarkiske oppbygningen og den rettslige reguleringen av fotballen. Venstre side av figuren viser hvordan den rettslige reguleringen i norsk og internasjonal rett påvirker de ulike organisasjonene. I midten av figuren vises den hierarkiske oppbygningen, og hvordan de idrettsrettslige lovene påvirker det underliggende ledd i organisasjonen.

### 3 FOTBALLENS RETTSLIGE VERN FOR EGET ARRANGEMENT

#### 3.1 Innledning

Med "rettslig vern" menes i denne sammenheng hvilket beskyttelsesgrunnlag fotballen har for at medieaktørene ikke på fritt grunnlag kan kringkaste fra de ulike arrangementene.

Problemstillingen er på hvilket grunnlag arrangøren kan hevde rettslig vern overfor medieaktørene, og dermed en enerett til å bestemme eller inngå avtale om hvem som skal få lov til å sende eller kringkaste fra de ulike arrangementene.

### 3.2 Kringkastingsloven § 2-8

Kringkl. § 2-8 (1) lyder:

”En kringkaster som har ervervet enerett til fjernsynssending av begivenheter av vesentlig samfunnsmessig betydning må ikke utnytte eneretten på en slik måte at en betydelig del av seerne blir fratatt muligheten til å følge begivenheten på vederlagsfritt fjernsyn”.

Bestemmelsen er et resultat av et EU-direktiv.<sup>30</sup> Det fremgår ikke av forarbeidene<sup>31</sup> til bestemmelsen hvilke arrangementer bestemmelsen tar sikte på, men av EU-direktivet fremgår det at det først og fremst er arrangementer som fotball-VM og Olympiske Leker som omfattes av begrensingene i avtalefriheten. Kirke- og Kulturdepartementet har i medhold av kringkl. § 2-8 (4) fremmet et forslag om å listeføre begivenheter, som for eksempel landskamper og cupfinale, da disse må anses av vesentlig samfunnsmessig betydning.<sup>32</sup>

Poenget i denne sammenhengen er at både lovteksten og direktivet forutsetter at arrangøren har en enerett til salg av medierettighetene, jf. ”ervervet enerett”. Ordlyden i bestemmelsen indikerer at det foreligger en enerett for arrangøren av begivenheten til å selge rettighetene til arrangementet. Det vil si at arrangøren er i en eierposisjon, og at han dermed har eneretten til å selge rettighetene til den kringkaster han selv ønsker. Bestemmelsen medfører en innskrenkning av eneretten arrangøren besitter ved at begivenheter av vesentlig samfunnsmessig betydning må sendes på kvalifiserte kanaler. Lovgiver har gjennom bestemmelsen indirekte akseptert at arrangøren besitter en slik rettsposisjon.

---

<sup>30</sup> EU-direktiv 97/36/EF ”Television without frontiers”.

<sup>31</sup> Ot.prp. nr.2 (1999–2000). Om lov om endringer i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting.

<sup>32</sup> Se mer om forslaget nedenfor i punkt 4.4 og 6.7.



Likevel sier ikke lovgiver hvilket rettsgrunnlag arrangøren kan bygge rettsposisjonen på. Rettsgrunnlaget for eneretten må derfor bygges på et annet grunnlag enn kringkl. § 2-8.<sup>33</sup>

### 3.3 Opphavsrett

Fotballen er i utgangspunktet et underholdningsprodukt. Andre aktører som skaper underholdningsprodukter, for eksempel musikere, har et vern for sine produkter gjennom opphavsretten. Opphavsretten skal beskytte eiendomsretten for disse produktene da det ikke finnes en naturlig ”fysisk” beskyttelse for dem. Den skal derfor sikre produsenten råderetten over sitt eget produkt. Alminnelige rimelighets- og rettferdsbetraktninger tilsier at andre ikke på en urimelig måte skal berike seg på andres prestasjoner.<sup>34</sup> Det er nærliggende å tro at også et idrettsarrangement er beskyttet av tilsvarende regler, siden andre ikke skal kunne utnytte eller berike seg på produktet fotballen utvikler.

Det har ikke vært naturlig å klassifisere et idrettslig arrangement under opphavsretten. For fotballens vedkommende er det vanskelig å karakterisere en organisering av et arrangement som en individuell skapende innsats. Et slikt arrangement har ikke det samme kunstneriske preg som åndsverkloven skal beskytte, og det er derfor noe unaturlig å kalle arrangementet et verk som det kan kreves beskyttelse for.<sup>35</sup> Opphavsretten gir derfor ikke fotballen noe rettslig vern.

### 3.4 Sedvane

Siden starten på fotballkringkastingen har NFF i alle år hevdet at de eier medierettighetene til arrangementene. Dette har kringkastingsselskapene akseptert ved at de i alle år har godtatt at det kreves avtale med forbundet for at de kan filme fra arrangementet. Det

---

<sup>33</sup> Lunde, Rettsvern i nordisk rett for idrettsarrangement, konkurransar og liknande hendingar som eignar seg for utsending eller referat gjennom radio eller i TV, 2002, s. 103.

<sup>34</sup> Gaustad, Fjernsynssport: Rettighetsspørsmål og rettighetsøkonomiske konsekvenser, 12/2000, s. 12–13.

<sup>35</sup> Gulbrandsen og Hoffmann, Rettigheter i idrettsarrangementer, 1983, s. 25–26.

foreligger altså en tradisjon for avtaleregulering om rettighetene mellom partene. Spørsmålet er hvorvidt den langvarige kontraktspraksisen har rettslig betydning ved at den kan karakteriseres som sedvanerett.

Tradisjonelt har det vært oppstilt det tre vilkår for at en sedvane skal ha status som sedvanerett. Etter eldre teori var det krav om at sedvanen var praktisert lenge, at den var fulgt ensartet og at den var utøvd i den tro at det var en rettsregel som ble fulgt.<sup>36</sup> Etter nyere rettsteori er det i tillegg oppstilt et vilkår om at sedvanen må gi en rimelig og fornuftig løsning.<sup>37</sup>

I den såkalte Nordlysdommen, som er en upublisert rettsavgjørelse avsagt i Tromsø byrett av 21. mai 1986, skulle retten blant annet avgjøre om det forelå en sedvanerett for at arrangøren kunne regulere hvem som skulle ha anledning til å dekke arrangementet.<sup>38</sup> Spørsmålet i saken var hvorvidt NFF kunne nekte medieselskapet Nordlys sin direkteoverføring av en fotballkamp i nærradio. Retten kom frem til at NFF var innehaver av markeds- og medierettighetene til en fotballkamp, og at de derfor kunne nekte sendingen. Overføringen av kampen var en krenkelse av NFFs eiendomsrett til produktet, og den var derfor ulovlig.

Domstolen bygget dermed sitt resultat på et annet grunnlag enn sedvanerett. Det forelå ikke noen sedvanerett som kunne gi arrangøren enerett til medierettighetene i form av kontraktspraksis, da en slik sedvane ikke var etablert i markedet. Kontraktspraksisen hadde ikke skapt sedvanerett på området, og fotballen kunne i henhold til dommen ikke bygge det rettslige vernet på sedvanerett. Det har likevel i ettertid vært argumentert for at det likevel kan foreligge sedvanerett i dag.<sup>39</sup> Hovedargumentet i denne sammenheng er at dommen ble avsagt på en tid da NRK hadde et tv-monopol. Da monopolen ble oppløst oppsto det flere

---

<sup>36</sup> Eckhoff og Helgesen, Rettskildelære, 2001, s. 265.

<sup>37</sup> Ibid. s. 266.

<sup>38</sup> Flågan m.fl., Idrettens markeds- og medierettigheter, 2004, s. 132–133.

<sup>39</sup> Lunde, op.cit., s. 113.

konkurrerende selskap. Likevel har avtalepraksisen fortsatt i samme spor som tidligere. De nye aktørene på markedet har akseptert avtalevilkår som tilsier at arrangøren er suveren i forhold til medierettighetene. Om arrangementet skal ha rettslig vern på bakgrunn av sedvanerett er usikkert.

### 3.5 Eiendomsrett

Et annet grunnlag for rettslig vern av arrangørstedet er eiendomsrett. Med eiendomsrett menes grunneiers enerådighet, det vil si en enerett for eieren til å råde faktisk og juridisk over en bestemt ting, og som han kan disponere over på alle de måter rettsordenen ikke har forbudt, enten begrensningene er av privatrettslige eller offentligrettslige karakter.<sup>40</sup>

Eiendomsretten gir arrangøren, enten det er klubbene eller NFF som skal anses som den formelle arrangør, rett til å råde over formuesgodet på den måten han selv ønsker. Disposisjonsfriheten gir arrangøren mulighet til å stille vilkår eller begrensninger i adgangen til arrangementet. Så lenge disse vilkårene ikke er diskriminerende eller strider mot menneskerettighetene for øvrig, kan arrangøren i kraft av å være eier eller leier stille vilkår for hvem som skal få lov til å kringkaste fra arrangementet. Arrangøren kan eksempelvis nekte folk å bringe med seg kameraer og lignende inn på stadion. Det må i denne sammenheng nevnes at fotballen blir spilt på et avgrenset og lukket område. Andre idretter og arrangementer som eksempelvis et sykkelritt, kan ikke i like stor grad regulere dette da utøvelsen av idretten foregår i det offentlige rom.<sup>41</sup>

At eiendomsretten kan gi grunnlag for enerett til arrangementet kan utledes fra Nordlysdommen. Domstolen kom frem til at eiendomsretten ga NFF et rettslig vern overfor tredjemenn. Det var NFF som hadde eiendomsretten til medierettighetene til fotballkampen, og det var derfor NFF som kunne stille vilkår for hvem som kunne dekke kampen. Avisen Nordlys hadde krenket NFFs eiendomsrett ved at de hadde overført en

---

<sup>40</sup> Falkanger, Fast eiendoms rettsforhold, 2001, s. 39–56.

<sup>41</sup> Lunde, op.cit., s. 108.

kamp på radio uten NFFs samtykke. Dette innebar en ulovlig krenkelse av eiendomsretten til NFF.

At eiendomsretten gir et rettslig vern overfor arrangementer er også fastslått i internasjonal rettspraksis. I en dansk Høyesterettsdom fra 1982 var spørsmålet om rettsvern overfor eget arrangement til behandling.<sup>42</sup> I denne saken hadde Danmarks Radio gitt løpende oppdateringer om resultatene i fotballkampene samtidig som kampene ble spilt. Denne sendingen var ikke regulert i avtalen med DBU som er det danske fotballforbundet. Høyesterett ga DBU medhold. Da DBU var arrangør eller representant for arrangøren av fotballkampene, hadde de ut fra alminnelige rettsgrunnsetninger adgang til å motsette seg sendingen. Eiendomsretten ga fotballen arrangementbeskyttelse, og fotballen kunne stille vilkår for hvordan dekningen av arrangementet skulle foregå.

### 3.6 Sammenfatning

Overfor tredjemann har fotballen et rettslig vern for arrangementet. Det sterkeste vernet gir eiendomsretten, noe som illustreres i Nordlysdommen fra 1986 hvor retten fastslo at NFF hadde eiendomsrett til arrangementet, og at Nordlys sin dekning av arrangementet var ulovlig uten NFFs samtykke. Etter min mening gir derfor eiendomsretten fotballen en eksklusiv rett til de verdier som ligger innenfor eiendomsgrensene.

## 4 EKSKLUSIVITETEN AV MEDIERETTIGHETENE

### 4.1 Innledning

Det er alminnelig antatt at jo mer eksklusive medierettighetene er, jo større vederlag kan fotballen generere ved salget. Fotballen ønsker derfor å gi en distributør enerettigheter til å formidle varen videre, da dette gir størst betalingsvillighet hos den kontraherende part. Eksklusive medierettigheter kan tiltrekke seg flere seere til en tv-kanal, og med flere seere kan kanalen selge mer og dyrere reklame, og dermed tjene mer penger. Det foreligger

---

<sup>42</sup> UfR 1982.179 H.

dermed en felles interesse mellom fotballen og den kontraherende medieaktør. Ved å gjøre medierettighetene så eksklusive som mulig, vil det generere en større inntekt for både fotballen og rettighetshaveren.

Fotballen har i kraft av det rettslige vernet gjennom eiendomsretten råderetten over arrangementet som sådan, jf. punkt 3.6 foran. De kan i utgangspunktet utnytte medierettighetene på den måten de selv ønsker. Selv om det foreligger avtalefrihet for partene, må det likevel oppstilles begrensinger for hva fotballen eksklusivt kan selge til avtaleparten. Spørsmålet blir hvor langt partene kan avtale at rettighetene skal være eksklusive, uten at det regulerer eller hindrer tredjemanns rett til å dekke fra begivenheten.

## 4.2 Grunnloven § 100

Grl. § 100, jf. EMK art 10, kan utgjøre en skranke eller begrensning for hvor eksklusive rettighetene kan være. Det kan for eksempel tenkes at en tredjemann med hjemmel i Grl. § 100 hevder at nyhetsverdien av begivenhetene dekkes av retten til fri informasjon. Det blir med andre ord et spørsmål om media, som har en oppgave som formidler av informasjon, har fri adgang til å dekke arrangementene, dersom arrangementene innehar en nyhetsverdi som gir borgerne rett til informasjonen. Ytringsfriheten tilsier at nyheter fritt kan formidles.

Ytringsfriheten etter Grl. § 100 innebærer et grunnleggende prinsipp i et demokratisk samfunn. Det er en rettighet som innebærer friheten til å ha egne meninger, og en frihet til å motta og gi informasjon. Grl. § 100 har vært tolket slik at den ikke verner retten til fritt å skaffe seg informasjon på annen måte enn gjennom vanlige kanaler, typisk gjennom trykt skrift.<sup>43</sup> EMK art 10 har ikke i dette henseende noe videre område enn Grl. § 100.

Da ytringsfriheten ikke har den samme tyngde i relasjon til underholdning, som den har til nyheter, kan det være usikkert hvorvidt det foreligger en generell adgang til å dekke begivenheter på bakgrunn av formidlingshensynet. Grensene mellom underholdning og

---

<sup>43</sup> Lunde, op.cit., s. 111.

nyheter er ikke alltid like klare, og de kan i en viss grad gli over i hverandre. Selv om fotballkampene inneholder et nyhetselement, bærer den antakelig et større preg av underholdning. Ytringsfriheten vil ikke stå like sterkt der underholdningen representerer det vesentlige av informasjonen. Det vil i dette tilfelle være mer kommersielle interesser bak medias dekning. Derimot vil tribunebråk eller større ulykker som eksempelvis tribuneras kunne dekkes av andre medier da dette er av større nyhetsverdi. Dette vil være nyheter som ikke dreier seg om selve arrangementet eller fotballbegivenheten, og disse begivenhetene vil trolig rammes av ytringsfriheten.

En avgjørelse av Pressens Faglige Utvalg av februar 2008<sup>44</sup> illustrerer grensedragningen mellom nyhetsformidling og ytringsfrihet, og de eksklusive rettigheter som er beskyttet gjennom avtale.<sup>45</sup>

Bergens Tidende ved deres lokale tv-kanal btv, innklagde NFF til PFU for brudd på medieavtalen som er inngått mellom Norsk Forbund for lokal-TV og NFF, og som regulerer retten til formidling av levende bilder fra fotballarrangementer. Under gullfesten på Brann stadion høsten 2007, var det bare TV2 som fikk sende levende bilder. Btv hevdet at dette var i strid med ytringsfriheten, da overrekkelsen av seriegullet til Brann måtte anses som en hendelse av stor nyhetsmessig interesse. Saken dreide seg dermed ikke om selve kampen, som TV 2 har ervervet rettighetene til, men om hendelser som skjer utenfor og i tid etter kampsituasjonen.

Pressen Faglige Utvalg uttalte i denne sammenheng at NFF

”trolig står på trygg juridisk grunn når det hevdes at man besitter en rett til både å bestemme hvem som skal ha adgang til arenaene, og hvem som eventuelt kan formidle levende bilder derfra. Det kan slik sett konstateres at det er avstand mellom et presseetisk prinsipp og en juridisk og praktisk tilnærming til problemkomplekset”.

---

<sup>44</sup> PFU-sak 282/07.

<sup>45</sup> Pressens Faglige Utvalg er et klageorgan som behandler klager mot pressen i presseetiske spørsmål.

Selv om det var NFF som var eiere av en slik rett kunne de likevel ikke legge slike restriksjoner på formidling av levende bilder fra andre hendelser på arenaene under arrangementer enn selve kampens forløp. Utdelingen av medaljer var derfor en nyhetshendelse av en slik karakter at begrensningen strider mot intensjonene i Vær Varsom-plakatens punkt 1.3, som sier at pressen ikke kan gi etter for noen som vil hindre fri informasjonsformidling, og at enhver eksklusiv avtale som begrenser medienes tilgang til informasjon, ikke vil være i tråd med intensjonene i plakaten. NFFs avtale var dermed i strid med ytringsfriheten, og retten til fri informasjon.

Etter min oppfatning illustrerer denne uttalelsen et generelt poeng ved rettighetskollisjon mellom ytringsfrihet og hva rettighetshaver kan gjøre eksklusivt gjennom avtale. Begivenheter utenfor eller i nær sammenheng med kampforløpet har en nyhetsverdi som ikke rettighetshaverne fritt kan avtaleregulere. Derimot vil begivenheter i forbindelse med selve kampen kunne gjøres eksklusive. Selv om media har en rolle som formidler av informasjon, kan en rett til å sende eller referere fra en fotballkamp, ikke ligge i ytringsfrihetens kjerneområde, og det gir ikke medieaktørene en ubegrenset rett til å formidle begivenheter utfra et informasjons- og nyhetsperspektiv. Selv om man etter pressens syn skal være varsomme med å begrense retten til informasjon gjennom eksklusive avtaler, kan ikke andre medieselskaper enn rettighetshaveren dekke fra arenaer som de ikke har avtalefestet adgang til, da arenaene må anses som privat eie. Det vil til en viss grad undergrave klubbens og forbundets arrangørrettigheter. Arrangørens rettigheter er av en slik art at disse må vernes i forhold til informasjonsbehovet. Fotballen kan derfor selge rettighetene til kampene på eksklusivt grunnlag uten at det kommer i strid med Grl. § 100.

### 4.3 De ulike medieaktørene

#### 4.3.1 Innledning

Selv om fotballen i utgangspunktet kan selge rettighetene eksklusivt, er det enkelte aspekter aktørene ikke fritt kan avtaleregulere. Ettersom ytringsfriheten har ulik tyngde i relasjon til hvilke tredjemenn som opererer på markedet, og hvordan informasjonen formidles, kan det være et behov for å gå nærmere inn på de ulike medieaktørene. Avgjørende i denne vurderingen vil være om det er nyhetsverdien eller underholdningsverdien som er det mest sentrale ved informasjonen.

#### 4.3.2 Kringkastingsselskaper

Et salg av medierettigheter vil ikke hindre andre tv-kanaler til å gjengi resultatet fra en kamp. Det foreligger ikke en alminnelig adgang for selger og kjøper av medierettighetene til å avtale at nyhetsretten skal tilsidesettes. Partene kan med andre ord ikke gjøre rettighetene så eksklusive at det går utover nyhetsverdien av resultatene. Sluttresultatet fra en kamp kan derfor fritt gjengis av alle og enhver når dette er offentliggjort via en direktesending. En slik nyhet vil være vernet av Grl. § 100.

Hvis en kringkastingskanal i tillegg til å offentliggjøre resultatet viser bilder og høydepunkter fra kampen, kan grensene mellom eksklusivitet og nyhetsrett være mer usikre.

Det var tidligere praksis for at konkurrerende aktører kunne kringkaste et tre minutters sammendrag av en tippeligarunde samtidig som runden ble spilt. Med andre ord kunne en tv-kanal kringkaste bilder fra de ulike arenaene, selv om det var en annen tv-kanal som hadde de eksklusive rettighetene til å dekke kampene. Den såkalte treminuttersregelen hadde sin bakgrunn i nyhetsretten, da disse spesielle senderrettighetene har vært tiltenkt aktuelle nyhetsprogrammer. Den gjaldt for korte nyhetsinnslag i forbindelse med fjernsynsstasjonens øvrige nyhetsdekning.



Det er likevel sikkert at visningen av bilder og høydepunkter underveis ikke har en nyhetsverdi som aktørene fritt kan formidle. De andre aktørene på markedet må basere visningsretten på den avtale de inngår med rettighetshaveren av dem. At en visningsrett av høydepunkter fra kampene må reguleres gjennom avtale, og ikke kan begrunnes gjennom nyhetsretten, har blitt slått fast i rettspraksis. I den såkalte Treminuttsdommen fra Borgating lagmannsrett av 7. november 2000<sup>46</sup> var problemstillingen hvordan omfanget og rekkevidden av treminuttersregelen, på bakgrunn av avtalen mellom NFF og TV2, skulle forstås. TV2 hadde sendt repetisjoner av bildene, noe som medførte at den avtalte treminuttersperioden var overskredet. NFF mente derfor at avtalen mellom dem var brutt.

NFF hevdet at deres eiendomsrett til arrangementene medførte at de bestemte hvordan bildene skulle distribueres til andre, enten det dreier seg om sendeform, eller tidsperiode. Dersom forholdet ikke var regulert i avtalen, skulle rettighetene fremdeles være i NFFs eie. Treminuttersregelen var en avtalt sendetidsregel, og en visningsrett kunne derfor ikke eksistere uten avtalegrunnlag.

TV2 hevdet på sin side at det forelå en alminnelig nyhetsrett, og at denne nyhetsretten ikke bare omfattet utenomsportslige begivenheter, men også en ubegrenset rett til å formidle resultater og utvikling i sportsarrangementer. Den generelle nyhetsretten måtte da danne utgangspunktet og bakgrunnen for tolkningen av avtalen.

Domstolen kom til at avtalen mellom TV2 og NFF innebar at TV2 ikke hadde rett til å sende mer enn til sammen tre minutter med bilder totalt fra de fotballkampene avtalen omfattet. Domstolen kom dessuten frem til at det kunne nedlegges midlertidig forføyning etter tvangsfullbyrdelsesloven § 15-2 (1) bokstav b. Begrunnelsen for rettens standpunkt var at formålet bak treminuttersregelen, blant annet var å

”begrense fjernsynsselskapenes adgang til å sende bilder fra fotballkamper mens kampene går, ettersom slike sendinger vil kunne påvirke publikumsoppslutningen på banene”.

---

<sup>46</sup> LB-2000-2421.

Publikumsoppslutningen kunne bli redusert som følge av at TV2 sending kunne fremstå som et altfor attraktivt alternativ i forhold til å følge kampen på stadion, og dette ville vært av stor betydning for norske klubber og forbund. Videre vil en utvidelse av treminuttersregelen være et ”kontraktsbrudd som undergraver forbundets kontroll med konkurrerende fjernsynssendinger” og som på sikt ”kan medføre vesentlig skade eller ulempe” for fotballen. Retten kom dermed frem til at midlertidig forføyning kunne besluttet.

Dommen kan for det første være et generelt argument for at det er NFF som har kompetanse til å avtale eller regulere rekkevidden av nyhetsretten ved høydepunkter og bilder fra kampen. Visningen av bilder underveis avhenger av hva NFF faktisk har avtalt med rettighetshaver. Dersom spørsmålet ikke er regulert i avtalen, kan bildevisningen gjøres eksklusiv. Treminuttersregelen har derfor et større preg av underholdningsverdi, enn nyhetsverdi. Et moment som må påpekes i denne sammenheng er at bildene TV2 ville bruke, var beregnet på et aktualitetsprogram, og ikke en ordinær nyhetssending. Likevel vil visningsretten til bilder underveis i kampene kunne gjøres eksklusive, uten at det krenker retten til nyhetsformidling.

For det andre kan dommen være et argument for at forbundets og klubbenes eiendomsrett står sterkere enn nyhetsretten. I kraft av å være arrangør, kan klubbene og forbund sette vilkår for medias adgang til å dekke kampene. Fotballen kan derfor gjennom avtale regulere grensene for hva de kan selge eksklusivt til en rettighetshaver. Dette momentet har også støtte i Nordlysdømmen.

For det tredje dreide dommen seg om et tv-selskap som allerede hadde visningsrett til arrangementet. Dommens resultat innebærer at selv for en tv-stasjon som er den rettmessige innehaveren av visningsretten til ligaen, vil fotballens vern være sterkt i forhold til hva en tv-kanal kan sende med begrunnelse i nyhetsretten.

For det fjerde var treminuttersregelen gjort til et eget punkt i avtalen mellom NFF og TV2. At en slik visningsrett gjøres til et eget punkt i avtalen, indikerer at tv-selskapene ikke anser at slike høydepunkter fritt kan formidles. De har gjennom avtalereguleringen akseptert at visningsretten for bilder og høydepunkter av kamper underveis kan gjøres eksklusive.

På bakgrunn av dommen kan det legges til grunn at nyhetsretten ikke strekker seg så langt at kringkastingskanalene kan vise bilder fra kampene underveis. Nyhetsretten dekker bare retten til å gjengi resultat fra kampen.

#### 4.3.3 Internett

Dekningen via internett har i de senere årene bidratt til at problemer i forhold til ytringsfrihet har økt. Særlig fordi det er en kort tidsdifferanse mellom begivenheten og dekningen av den, kan nettavisenes dekning innebære en reduksjon i inntektene for rettighetshaveren som følge av ferre seere. Det kan enten være i form av reklameinntekter eller ferre som betaler for å se den enkelte kamp på betalingskanaler, såkalt ”pay per view”. Utgangspunktet for hvordan dekningen på internett kan være vil avhenge av avtalen partene inngår.

Dersom en nettavis kun har live-dekning med skrift, skaper det få problemer i praksis. Dette må anses for å være akseptabelt i medhold av Grl. § 100, og retten til fri nyhetsformidling. I kraft av eiendomsretten kunne klubbene i prinsippet nektet en reporter adgang til stadion dersom han fortløpende rapporterer over nettstedet. I praksis gir det derimot liten mening i å nekte en reporter adgang ettersom han likevel fritt kunne referert fra dekningen på tv-skjermen.

Derimot har det vært problematisk hvorvidt tv-selskaper kan nekte nettstedet å formidle eller dekke kampene fortløpende ved skrift, supplert ved bilder. Det er blitt hevdet at nettstedene har økonomiske interesser og motiver bak dekningen, og ikke dekker kampene ut fra et samfunnsansvar og som en nyhetsformidling, og at nettstedene dermed utnytter et

produkt andre har betalt for.<sup>47</sup> Problemet er at dekningen kan få et kommersielt innhold som gjør at nettsidene beveger seg inn på rettighetshavers eksklusive område.

Det må i denne sammenheng gjøres et skille mellom stillbilder og levende bilder.

I den nevnte Treminuttsdommen, punkt 4.3.2 foran, var det i tillegg et spørsmål om TV2 hadde adgang til å sende levende bilder fra kampene på internett. NFF hevdet at når internett ikke var nevnt som en senderrettighet i avtalen, måtte det klare utgangspunkt være at internett ikke var omfattet, og at rettigheten til dekning via internett fremdeles var i eie av forbundet. TV2 hevdet på den andre siden at avtalen aksepterte en ”rekringkasting” via internett. Resultatet i saken ble at TV2 ikke hadde adgang til å sende levende bilder fra kampen på internett, da det krevdes klar hjemmel i avtalen.

Lagmannsretten uttalte i denne anledning:

”Senderrettigheter er i avtalens punkt II siste ledd definert som retten til å «TV-kringkaste» direkte eller forskutt fra fotballkampene. Denne formuleringen, også sammenholdt med avtalens punkt 6 g (med bemerkninger om internett), innebærer etter lagmannsrettens syn at det er tilstrekkelig sannsynliggjort at rettighetene bare omfatter fjernsynssending i tradisjonell forstand.”

Derimot forelå det ikke tilstrekkelige grunner til at midlertidig forføyning kunne ilegges. Slik internett fremsto på domsavsigelens tid, måtte det antas at bildene kun hadde en marginal betydning for publikumsoppslutningen mv.

Siden domsavsigelsen har internettets utvikling på både bildekvalitet og linjer blitt bedret. Kvaliteteten på produktet har som en følge av dette blitt forsterket, slik at det nå kunne innebært en reell konkurranse for tv-stasjonene som hadde tv-rettighetene. Også for de kampene som ikke blir vist direkte på tv, vil en forbedring av produktet på internett, kunne

---

<sup>47</sup> Internett: <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=110354> der TV2 ville nekte nettaviser å referere live fra kampene.

føre til lavere publikumsoppslutning på arenaen. Hadde dommen blitt avsagt i dag er det etter min mening nærliggende å tro at resultatet på dette punkt kunne blitt annerledes.

Ved mangel på nærmere regulering ligger dekningsrettighetene til internett hos NFF. Nyhetsretten må i dette henseende vike for eiendomsretten til NFF. Det kan på bakgrunn av dommen slås fast at det naturlige utgangspunktet er at tredjemann ikke har anledning til å dekke kampene med levende bilder på internett uten tillatelse fra rettighetshaveren. Da det i tillegg var rettighetshaveren som ville ”rekringkaste” høydepunktene på internett, vil en rett til fritt å formidle levende bilder på internett sannsynligvis være strengere for andre internettaktører.

Hvorvidt en dekning med stillbilder krever klar hjemmel med rettighetshaver er derimot mer usikkert. Etter min mening er det nærliggende å tro at en dekning av kampen med stillbilder underveis er akseptabelt. En slik dekning vil nok i liten grad påvirke eksklusiviteten, og det vil sannsynligvis ikke innebære noen skade for rettighetshaveren generelt. Det er en stor forskjell på stillbilder og levende bilder, og det er vanskelig å se at stillbilder kan bidra til at verdien på rettighetshaverens produkt som sådan blir redusert. Dessuten kan slike stillbilder i prinsippet være en ”nyhet”, som kan dekkes av nyhetsformidlingen.

#### 4.3.4 Aviser

Det som kjennetegner aviser i papirform, er at de som regel utgis dagen etter at begivenheten har funnet sted. Fotballkampene spilles vanligvis om ettermiddagen eller kvelden før utgivelsen, slik at nyhetsverdien for kampene dagen etter ikke er like stor, som det den er underveis eller i umiddelbar sammenheng med kampene.

Det er på bakgrunn av dette få problemer som oppstår med papiravisenes dekning av begivenhetene. De vil i liten grad påvirke grensene for hva fotballen eksklusivt kan avhende til medieaktørene. Grl. § 100 er på dette området sterk, da nettopp et referat i

papiravisene utgjør kjerneområdet for ytringsfriheten. En annen sak er at fotballen ser seg tjent med denne dekningen, da den er med på opprettholde interessen for fotballproduktet.

#### 4.4 Statlig regulering av salg av medierettigheter

Et særlig spørsmål som må reises i forhold til eksklusiviteten av medierettighetene, er om en statlig regulering av salget, kan utgjøre en begrensning for hva fotballen eksklusivt kan lisensiere til tredjemann.

Kultur- og kirkedepartementets fremmet den 19. desember 2006 et forslag om å regulere fotballens muligheter til å selge medierettigheter. Her foreslås det ”å fastsette en liste over begivenheter av vesentlig samfunnsmessig betydning”.<sup>48</sup> Denne kompetansen har departementet etter kringkl. § 2-8 (4). Med listeføring menes i denne sammenheng at et medlemsland kan sette opp en liste over idrettsbegivenheter, og andre nasjonalt viktige begivenheter, for å sikre allmennheten tilgang til disse begivenhetene ved at de skal vises på vederlagsfritt og riksdekkende tv.

Forslaget må ses i sammenheng med kringkl. § 2-8 og EU-direktiv 97/36/EF (”Television without frontiers”). Etter direktivets artikkel 3a kan den enkelte medlemsstat treffe tiltak i samsvar med fellesskapsretten for å sikre at en kringkaster ikke utnytter sin enerett til å sende begivenheter som anses å ha vesentlig samfunnsmessig interesse, på en slik måte at en betydelig del av befolkningen ikke kan følge begivenheten i vederlagsfritt og riksdekkende fjernsyn. Med ”betydelig del” av fjernsynsseerne menes 90 prosent av seerne, og med ”vederlagsfritt fjernsyn” forstås fjernsynskanaler som kan mottas av befolkningen uten ekstra omkostninger, jf. Forskrift om kringkasting av 28. februar 1997 §§ 5-1 og 5-2.

---

<sup>48</sup> Forslag til endringer i forskrift 28. februar 1997 nr. 153 om kringkasting – listeføring av begivenheter av vesentlig samfunnsmessig betydning. Høringsfristen var 19. mars. 2007.

Kringkastingsavgiften til NRK innebærer ikke en ekstra omkostning. For at en begivenhet kan listeføres oppstilles det fire kriterier.<sup>49</sup>

Forslaget innebærer i realiteten at medierettighetene får en redusert eksklusivitet ved at tv-kanaler som ikke oppfyller kravene, ikke kan ha enerett til begivenheter som er regulert i listen. Listeføringen vil innebære både en regulering av hvem fotballen kan selge rettighetene til, og hva de kan bortselge. En betalingskanal kan for eksempel ikke ha eksklusiv rett over cupfinalen, da de ved listeføringen vil bli tvunget til å dele senderettighetene med en kanal som oppfyller kravene til vederlagsfritt og riksdekkende tv.

Om forslaget blir vedtatt kan det få konsekvenser for fotballen. For det første vil et slikt forslag trolig medføre at verdien av fotballens medierettigheter reduseres ettersom betalingsvilligheten hos eventuelle budgivere vil synke. Dette vil igjen få konsekvenser for fotballen både på topp- og breddenivå, ettersom fotballen da vil generere mindre inntekter. Forslaget vil dessuten innebære en innskrenking i idrettens selvstyre, og fotballens enerett til selv å utnytte sine egne verdier for å skaffe inntekt.

I 1999 vedtok Danmark, som det første landet i Europa, listeføring av viktige sportsbegivenheter. Danmark opphevet den 1. januar 2002 listen på grunn av de uheldige konsekvenser listen medførte. Opphevingen ble begrunnet i idrettsorganisasjonenes inntektsmuligheter og hensynet til fair konkurranse på markedet. Da norsk og dansk rett på dette området hovedsakelig er likt, er det ikke utenkelig at de samme konsekvensene vil inntreffe seg ved listeføring av sportsbegivenheter i Norge.

---

<sup>49</sup> Kriteriene er oppstilt i høringsbrevet punkt 3.2.

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/hoeringer/hoeringsdok/2006/Horing-forslag-til-endringer-i-forskrift-2/1.html?id=439822>.

## 5 MEDIERETTIGHETENE TIL KLUBBENES KAMPER

### 5.1 Innledning

Et helt grunnleggende spørsmål ved omsetningen av medierettigheter er hvem som eier dem. I Norge har det vært praksis for at det er det nasjonale særforbund som selger rettighetene til ligaen som helhet. I kraft av denne salgssposisjonen er det nærliggende å anse NFF som eier av medierettighetene.

Det kan i prinsippet likevel tenkes fire alternative nivåer for hvem som skal anses som eiere av medierettighetene. Rettighetene kan for eksempel å bli solgt gjennom den enkelte spiller, av den enkelte klubb i ligasystemet, av klubbene som er involvert i den kampen som spilles eller av det nasjonale forbund som er arrangør av konkurransen eller turneringen. Dersom selgeren av rettighetene også skal anses som eieren av rettighetene, kan medierettighetene i prinsippet selges på alle fire nivåene.<sup>50</sup> Visning av en enkelt spiller eller bare en enkelt klubbs prestasjoner har liten allmenn interesse. Det ville dessuten vært vanskelig å gjennomføre visningen i praksis. Disse to alternativene ville derfor ikke vært interessant for media å investere i. Det hadde derimot vært mulig å produsere et godt produkt mellom de to klubbene som spiller mot hverandre. Et salg av klubbene i fellesskap på kampnivå kan derfor være et alternativ til praksisen som er idag, da dette også ville vært av interesse for tv-selskapene.

Det har både før og etter inngåelsen av TV-avtalen i 2005, vært en diskusjon mellom klubbene og NFF om hvem som skal anses som eiere av rettighetene, og dermed ha retten til å selge medierettighetene.<sup>51</sup> Både klubb og forbund vil i størst mulig grad å ha kontroll over salget av medierettighetene, da begge parter ønsker seg størst mulig utbytte av den økonomiske gevinsten salget medbringer. Den store økonomiske gevinsten salget gir, bidrar til at en tv-avtale har stor betydning både for forbund og klubb. Begge parter hevder derfor at det er de som skal anses som eiere av medierettighetene til fotballen.

---

<sup>50</sup> Gaustad, Fjernsynssport: Rettighetsspørsmål og rettighetsøkonomiske konsekvenser, 12/2000, s. 9–10.

<sup>51</sup> Internett: <http://www.nettavisen.no/sport/tippeliga/article275725.ece>.



## 5.2 NIF 2008 kapittel 14 og NFF 2008 kapittel 15

I Norge har medierettighetene til de ulike fotballarrangementene tilhørt NFF, og det er NFF som formelt eier retten til å selge disse rettighetene.

NFF er underlagt NIFs regelverk, se punkt 2 foran. NFF 2008 kapittel 15 er det derfor basert på tilsvarende bestemmelser som NIF 2008 kapittel 14 oppstiller. Etter NIF 2008 § 14-1 (2) og NFF 2008 § 15-1 (2) har et særforbund

”eiendomsretten til de særidrettsarrangementer det selv arrangerer og til særidrettsarrangementer som er en del av et konkurransesystem regulert av særforbundets regelverk.”

Denne bestemmelsen innebærer at NFF regnes som arrangør av kampene som blir spilt i Tippeligaen, Adeccoserien og cupen, samt landskampene, da disse må anses som konkurranser organisert og arrangert av NFF. Det er NFF som oppstiller kampreglene, serieoppsettet og utarbeider de nærmere regler klubb og spiller til enhver tid må forholde seg til, jf. NFF 2008 § 15-1 (3). Arrangørstatusen gir NFF muligheten til å utnytte de økonomiske muligheter arrangementet gir grunnlag for.

Som arrangør og organisator har NFF etter § 15-2 (1) retten til medierettighetene konkurransene eller arrangementene medfører:

”Særforbundet har alle medierettigheter knyttet til konkurranser vedkommende forbund organiserer. Med medierettigheter menes retten til å oppta, overføre eller videreformidle lyd, bilde, tekst og lignende fra et idrettsarrangement via tv, radio, internett eller på annen måte”.

Etter NFF 2008 § 15-2 (2) ligger retten til å inngå avtaler om medierettigheter det enkelte særforbunds styre. Det vil si at det er fotballforbundets styre som har den formelle kompetanse til å inngå avtale med den aktuelle medieaktøren.

Selv om klubbene etter de idrettsrettslige regler ikke kan disponere over medierettighetene har de som den faktiske arrangør fremdeles rettigheter knyttet til billettsalg og reklame m.v. Klubbene er likevel ikke avskåret fra å ha et økonomisk utbytte eller fortjeneste av salget av medierettighetene. Klubbene som deltar i arrangementet, har ”krav på en rimelig godtgjørelse for deltakelse i konkurranse som gir mediainntekter”, jf. NFF 2008 § 15-2 (3). Ved denne rimelighetsvurderingen skal det blant annet legges vekt på ”medvirkningens omfang” og ”særforbunds anvendelse av midlene”. Disse momentene er av skjønnsmessig karakter, og anvendelsen av dem må bero på en helhetsvurdering, der ulike behov og prioriteringer hos NFF kan spille inn. Det skal dermed foretas en fordeling av medieinntektene mellom forbund og klubbene i ettertid. Man har gjennom ulike medier fått et innblikk i hvordan fordelingen mellom klubbene har foregått.

Den økonomiske fordelingen av tv-pengene skal etter avtalen fordeles slik på et år (2006): 160 millioner til fordeling. 80 prosent skal fordeles blant de 14 lagene i Tippeligaen (130 millioner) og 20 prosent (30 millioner) går til lagene i Adeccoligaen. I begge divisjoner blir halvparten av pengene fordelt likt mellom lagene. I eliteserien veier TV-tall tyngre enn plasseringer. Lagene får bedre betalt hvis de har hatt mange TV-seere og dersom TV2 har vist mange hjemmekamper. Seriemesteren kan til slutt sitte igjen med ca. 15-16 millioner kroner.<sup>52</sup>

Det er på bakgrunn av denne fordelingen, at klubbene ønsker en større innflytelse ved salget. Grunnen er at salget i stor grad påvirker klubbens drift, omsetning og satsning. Fordi medieinntektene i dag utgjør en stor del av en klubbs inntekter, ønsker klubbene en større del av ”kaken”, da klubbene mener at de ville fått større inntekter dersom de kunne solgt rettighetene på egenhånd, uten innblanding fra NFF.

Etter reguleringsbestemmelsene i idrettens egne regelverk, skal rettighetene til klubbens kamper i liga- og cupsammenheng salges av NFF som er fotballens særforbund. Da det er NFF som anses å være arrangør av konkurransene, har NFF enerett til å selge medierettighetene til norsk fotball.

---

<sup>52</sup> Internett: <http://fotball.bt.no/eliteserien/article65295.ece>.

### 5.3 Norsk Toppfotball

Motivert i et ønske om å stille sterkere overfor NFF, har de norske toppklubbene opprettet interesseorganisasjonen NTF. NTF skal ivareta de 30 øverste toppklubbenes interesser på ulike områder.<sup>53</sup> For medierettighetenes vedkommende ønsker NTF at det er klubbene som skal disponere og forføye over disse. NTF mener at siden det er klubbene som arrangerer selve fotballkampen, er det de som skal ha rettighetene til sitt eget produkt. Da verdien i de samlende medierettighetene i stor grad bygger på toppklubbenes prestasjoner, vil klubbene ha en større økonomisk fortjeneste av avtalen som inngås, og mer innflytelse i forhandlingene om rettighetene til sine egne kamper.

Etter min mening ville det i utgangspunktet vært mer naturlig at klubbene hadde retten til å forføye over medierettighetene enn forbundet. Det er klubbene som har den økonomiske risikoen og det organisatoriske ansvaret for arrangementet, og det er de som har eiendomsretten til arenaen. Det kan dessuten hevdes at ordningen som er regulert i idrettens egne regelverk gjennom vedtak er så omfattende, og at den innebærer et såpass stort inngrep i en klubbs økonomi, at den burde hatt formell lovstatus for å vært gjeldende.<sup>54</sup>

Klubbene og NTF har likevel ingen juridiske rettigheter når det gjelder salg av medierettighetene. Så lenge klubbene er lisensiert av NFF, er de underlagt NFFs regelverk. Klubbene må da akseptere de regler og avtaler NFF inngår på vegne av klubbene.

---

<sup>53</sup> Se <http://www.toppfotball.no/> for mer informasjon om organisasjonen. Foreningen ble startet i 1972 under navnet Serieforeningen, men skiftet i november 2001 navn til Norsk Toppfotball. Målsettingen deres er å være ”ledende i utviklingen av norsk toppfotball på klubbnivå både sportslig, økonomisk, kommersielt og administrativt.”

<sup>54</sup> Gaustad, Fjernsynssport: Rettighetsspørsmål og rettighetsøkonomiske konsekvenser, 12/2000, s. 15.

Hadde NTF solgt medierettighetene på egenhånd hadde de i realiteten solgt et produkt som de formelt sett ikke er rettmessige eiere av. På bakgrunn av reglene om ekstinksjon kan det spørres om forbundet likevel måtte respektere et slikt salg.

På tilsvarende måte som immaterielle rettigheter, faller i utgangspunktet medierettigheter ikke inn under lovens ordlyd, jf. ”løsøretning” i godtroervervsloven § 1. Ekstinksjonen må i dette tilfellet skje på ulovfestet grunnlag.

Klubbene mangler i utgangspunktet rett til formuesgodet ved at de ikke har noen adkomst til rettighetene overhodet. Dersom det skal skje ulovfestet ekstinksjon av slike rettigheter, må i så fall rette eier kunne bebreides for at rettigheten har blitt overdratt av en uberettiget.<sup>55</sup> Tredjemann kan heller ikke hevde at de ikke kjente til det reelle eierforholdet mellom klubbene og forbundet. Som nevnt foran i punkt 3.4, har de fleste medieaktørene godtatt at det kreves særskilt avtale med forbundet for å dekke arrangementet. Dersom medierettigheter hadde blitt avhendet urettmessig av NTF, ville avtalen mellom NTF og medieaktøren ubetinget blitt ugyldig. Forbundet ville ikke behøvd å respektere en eventuell avtale som NTF hadde inngått med tredjemann. I forhold til klubbenes medkontrahent ville klubbene ved grov uaktsomhet vært ansvarlige for både det direkte og indirekte tap.

Et alternativ for klubbene for å få full kontroll over medierettighetene er å bryte ut av NFF, og opprette sin egen liga. Klubbene vil da ha enerett til å forføye over medierettighetene selv. Klubbene kunne da inngått avtaler med tv-selskap individuelt, og innenfor de rammer og premisser de selv ønsket.

På begynnelsen av 2000-tallet var en slik løsning aktuell gjennom organisasjonen G-14. G-14 bestod av Europas største fotballklubber og ble stiftet av 14 lag i 2000. Organisasjonens viktigste oppgave var å danne et felles samarbeid mellom klubbene, slik at storklubbene fikk en større innflytelse over Champions League. Champions League er en europeisk fotballturnering som består av klubber som kvalifiserer seg gjennom de nasjonale ligaene. For å få full kontroll over medieinntektene, og dermed en større økonomisk gevinst enn det Champions League medførte, vurderte G-14 å danne sin egen

---

<sup>55</sup> Marthinussen, Ulovfestet ekstinksjon, 2006, s. 1–29, på s. 18.

Superliga. Superligaen ville da vært i konkurranse med Champions League. Trusselen medførte at UEFA økte utbetalingen til klubbene som deltok i Champions League. I januar 2008 ble G14 nedlagt.

Et problem som i denne forbindelse sannsynligvis ville oppstått, er at det kun ville vært de største og mest populære klubbene som ville fått gode medieavtaler, mens de mindre klubbene ville fått langt dårligere avtaler. Dette ville i lengden antakelig ført til at de mindre klubbene ville fått store økonomiske problemer, og i ytterste konsekvens gått konkurs.

Siden 1999 har klubbene i den italienske Serie-A forhandlet medieavtalene individuelt. Dette har medført at storklubbene Milan, Inter og Juventus har økt sine inntekter, på bekostning av de mindre attraktive smålagene. At klubbene selger medierettighetene individuelt, har fått den konsekvens at det blir en mye mer urettferdig fordeling av inntektene. Dette har bidratt til sterk misnøye blant de mindre klubbene, og det har resultert i at de mindre klubbene har truet forbundet med å stille rene juniorlag i kampene mot de store klubbene.<sup>56</sup>

Et annet alternativ er at NFF gir NTF en fullmakt til å selge medierettighetene. En slik løsning er foretatt i Sverige. Her fikk SEF, som er en tilsvarende interesseorganisasjon som NTF i Norge, delegert en fullmakt fra SvFF til selv å selge medierettighetene.<sup>57</sup> Ved en slik løsning måtte uansett NTF holdt seg innenfor de grenser og retningslinjer fullmaktsgiveren (NFF) hadde gitt.

---

<sup>56</sup> Internett: <http://arkiv.alltidfotball.no/?module=articles&tournament=7&id=1159>.

<sup>57</sup> Giske m.fl. Juridiske og praktiske utfordringer på mange fronter ved salg av Fotballrettigheter – en oversikt, 2006, s. 85.

#### 5.4 Konkurransetilsynets vurdering av hvem som har rett til å forføye over medierettighetene

I forbindelse med salget i 2005 tok Konkurransetilsynet kontakt med både NFF og klubbene, da de mente at et salg av medierettighetene kunne være i strid med konkurranselovens bestemmelser.<sup>58</sup>

I denne sammenheng hevdet blant annet Konkurransetilsynet at de anså eiendomsretten til medierettighetene til Tippeligaen og Adeccoserien som delt mellom NFF og klubbene.<sup>59</sup> Konkurransetilsynet mente at klubbene og NFF i sameie eide rettighetene til alle kampene som spilles i forbundets regi. Både klubbene og NFF ville dermed hatt en selvstendig rett til å nekte direkteoverføringer, samtidig som begge hadde rett til å kreve betaling og sette vilkår for direkteoverføringer. Synspunktet ville i så fall medført at forbundet og klubbene i utgangspunktet ikke kunne gå sammen om å selge de samlede rettighetene til en liga. Et slikt samarbeid mellom ”foretak” er ulovlig etter krrl. § 10, da samarbeidet ville vridd konkurransen til deres fordel.<sup>60</sup>

Konkurransetilsynets uttalelse angående rettighetsspørsmålet var dermed i strid med NFFs rett, som nettopp gir NFF juridisk enerett til å selge medierettighetene, jf. NFF 2008 § 15-2.

At klubbene skulle anses som medeiere av rettighetene begrunnet Konkurransetilsynet i ulike forhold. Blant annet hevdet Konkurransetilsynet at klubbene måtte anses som arrangør eller medarrangør på bakgrunn av at det er klubbene som dekker utgiftene til administrasjon av kampene, og dessuten har den økonomiske risikoen ved arrangementet. Videre uttalte Konkurransetilsynet at siden det er klubbene som eier arenaen, er det klubbene som kan motsette seg fotografering, samt ilegge filmforbud for diverse aktører. Til slutt kunne sameiet mellom klubb og forbund begrunnes i at klubbene som arrangør og

---

<sup>58</sup> Internett: <http://www.ba.no/Rikssport/Fotball/article1302715.ece>.

<sup>59</sup> Konkurransenytt, nr. 7/8 2004, s. 15.

<sup>60</sup> Se mer om krrl. § 10 i punkt 6.2 nedenfor.

eier av stadion ga klubbene rett til den økonomiske avkastningen kampene gir.<sup>61</sup> Klubbene måtte derfor ha en selvstendig rett til å disponere over medierettighetene til fotballkamper som er organisert av NFF. Det er likevel usikkert om Konkurransetilsynets begrunnelse kan være riktig.<sup>62</sup>

For det første er klubbene underlagt NFFs regler, og de må for å kunne delta i ligasystemet følge NFFs lover som sier at medierettighetene tilhører NFF. Mellom klubbene og forbundet hersker det derfor ingen juridisk tvil om hvem som har retten til å disponere over dem. Alternativt kan klubbene bryte ut av NFF for deretter å danne sin egen liga. Men dette er ikke noe aktuelt alternativ ettersom de da blir utelukket fra å delta i Europa-cupene.

For det andre gir ikke en klubbs eiendomsrett til arenaen noe større rett mellom klubb og forbund som sådan. Eiendomsretten kan derimot gi rettslig vern mot eventuelle tredjemenn som hevder at de har rettigheter i arrangementet. Dette er dermed et spørsmål om forbundet har en selvstendig rett mot tredjemenn gjennom det å være arrangør.

I Nordlysdommen var partene i saken NFF og medieselskapet Nordlys. Dommen har derfor ingen betydning i forhold til spørsmålet om det er klubb eller forbund som har eiendomsrettighetene til medierettighetene, da klubbene ikke var part i saken. Men i forholdet mellom NFF og tredjemann er det NFF som har arrangementsrettighetene.

For det tredje er forbundet i relasjon til klubbene arrangør, da klubbene er underlagt forbundets regler om gjennomføring av arrangementet, eksempelvis hvor mye publikum klubbene kan ha, og de generelle reglene for selve fotballspillet, jf. NFF 2008 kapittel 8.

---

<sup>61</sup> Giske m.fl., Juridiske og praktiske utfordringer på mange fronter ved salg av Fotballrettigheter – en oversikt, 2006, s. 88.

<sup>62</sup> Momentene nedenfor er hentet fra: Giske m.fl., op.cit., s. 88–89.

Endelig har EU-kommisjonen i UEFA-saken fra 2003<sup>63</sup> uttalt at spørsmålet om hvem som er eier av medierettighetene ikke kan avgjøres etter konkurranserettens bestemmelser.<sup>64</sup> Problemstillingen i saken var hvorvidt en felles salgsavtale om kommersielle rettigheter til Champions League inngått mellom UEFA og de nasjonale forbundene som er tilsluttet UEFA, var i strid med konkurranseretten, se nedenfor punkt 6.3.3. og 6.3.4.

I forbindelse med eiendomsrettsspørsmålet til medierettighetene uttalte Kommisjonen at:

”there is no common uniform concept in the EEA Member States regarding the ownership of the property media rights to football events nor is there any Community or EEA law concept”.

Denne uttalelsen innebærer at spørsmålet om det er klubb eller forbund som eier eiendomsretten til medierettighetene til fotballkampene, må avgjøres i hvert enkelt medlemsland. Kommisjonen uttalte videre at

”[t]he question of ownership is for national law and the Commission's appreciation of the issue in this case is without prejudice to any determination by national courts”.<sup>65</sup>

Dette innebærer at dersom spørsmålet om eiendomsrett for medierettighetene kommer opp for nasjonal rett, skal de nasjonale domstoler avgjøre rettighetsspørsmålet på selvstendig grunnlag uavhengig av Kommisjonens forståelse av hvem som har eiendomsretten til medierettighetene.

Det er dessuten et paradoks at Konkurransetilsynet i denne sammenheng hevder at forbundet og klubbene eier rettighetene sammen. Et slikt sameie gir verken klubbene eller

---

<sup>63</sup> UEFA-saken, COMP/C.2-37.398 - Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League.

<sup>64</sup> EU-Kommisjonen er det utøvende organ i Den Europeiske Union. Det har videre en viktig oppgave som overvåkningsorgan, og sakene løses uten at EF-domstolen bringes inn.

<sup>65</sup> UEFA-saken, premiss 122.



NFF noen selvstendig rett til å disponere over de samlede medierettighetene på egenhånd.<sup>66</sup> Hovedregelen ved tingsrettslig sameie er at hver sameier kan disponere over sin andel, jf. sameieloven § 10. Men i denne situasjonen er det nettopp et samlet salg av rettighetene som er aktuelt. Disse rettighetene er av en slik karakter at disse ikke kan deles opp, ettersom rettighetene ikke er en fysisk gjenstand. Hadde det foreligget et sameie mellom klubbene og forbund vil de i så fall eid en ideell andel hver. Sameierne kan ved et slikt sameie ikke opptre alene, og når det skal foretas et samlet salg av formuesgodet kan det kun skje rettmessig når den andre eieren er til stede.

På bakgrunn av reglene om sameie, kan det være vanskelig å forstå Konkurransetilsynets uttalelse om at klubbene har en selvstendig rett til å selge rettighetene, når de samtidig sier at også forbundet er medarrangør, og at rettighetene da er delt mellom klubb og forbund. Hadde klubbene solgt disse rettighetene alene, hadde de i realiteten solgt rettigheter som også hadde tilhørt NFF.

Etter dette kan antakelig ikke Konkurransetilsynets konklusjon om delt eiendomsrett mellom klubb og forbund opprettholdes. Så lenge lovgiver eller nasjonale domstoler ikke har avgjort spørsmålet om det er klubb eller forbund som skal ha enerett til salg av medierettighetene, må løsningen etter min mening bero på NFFs lover. På bakgrunn av idrettens selvstyre, vil det være idretten som bestemmer hvem medierettighetene tilhører.

## 5.5 Fotballmedia AS

NFF og NTF dannet sommeren 2007 selskapet Fotballmedia AS, der hver part har en eierandel på 50 prosent. Selskapet har som formål å forhandle frem medieavtaler på fotballens vegne. Partene er fremdeles grunnleggenede uenige om rettighetsspørsmålet knyttet til toppfotballen. Likevel skal de nå samarbeide for å skaffe norsk fotball best

---

<sup>66</sup> Giske m.fl., Juridiske og praktiske utfordringer på mange fronter ved salg av Fotballrettigheter – en oversikt, 2006, s. 89.

mulige rammebetingelser gjennom forvaltningen av den eksisterende og fremtidige medieavtaler. De kommersielle rettighetene er overdradd til selskapet for 10 år.<sup>67</sup>

Begrunnelsen for opprettelsen av selskapet er at NFF og klubbene sammen vil stå sterkere overfor motparten ved fremtidige avtaleinngåelser, samt at samarbeidet vil skape større forutsigbarhet for de ulike prosjektene eller satsningsområdene NFF arbeider for, eksempelvis landslag og barne- og ungdomsfotball.

Med denne avtalen kan det legges til grunn at NFF har akseptert at klubbene har en rett til å forhandle om medierettighetene. Selv om klubbene ikke har noe juridisk rett til å forhandle om dem, har forbundet gjennom avtalen involvert klubbene i langt større grad enn det som er nødvendig etter NFF 2008 kapittel 15. Klubbene vil antakelig få en større innflytelse ved forhandlingene og ved hvordan pengene skal fordeles mellom klubbene. Avtalen mellom partene gir likevel ikke noen konkrete holdepunkter for hvem som skal anses som eieren av medierettighetene.

## 5.6 Skal spillerne ha en økonomisk gevinst av salget?

Det har i forbindelse med tv-avtalen fra 2005, vært et spørsmål om fotballspillerne skal ha en del av vederlaget avtalen gir.

Fotballspillernes arbeidstakerorganisasjon NISO har argumentert for at også spillerne fortjener en del av inntektene medieavtalene medfører. Begrunnelsen er at det er spillerne som er aktørene på banen, og som i det vesentlige bidrar til verdien av fotballproduktet.

NISO fremmet i mai 2006 et krav om at klubbene i Tippeligaen og Adeccoligaen skulle utbetale 2 % av de samlede medieinntekter for NISOs medlemmer til NISO. Inntektene skulle i så fall brukes til å etablere gode kollektive ordninger som utdannings- og

---

<sup>67</sup> Internett: <http://www.toppfotball.no/article.php?id=843&p=>.

senskadefond for NISOs medlemmer.<sup>68</sup> Spillerne ville dermed indirekte fått en del av medieavtalene NFF/NTF inngår.

NIFs lovutvalg avga, i medhold av nåværende NIF 2008 § 4-6 (2), den 29. mai 2006 en uttalelse om kravet fra NISO:

”Som spillere er utøverne både medlemmer og ansatte. Som ansatte får spillerne lønn. Som medlemmer får utøverne de rettigheter medlemskapet gir, (retten til å delta, demokratiske rettigheter i klubben, medlemskapsplikter, samhold og fellesskap etc.). Det er en grunnleggende brist i forholdet ansatt/medlem om spillernes arbeidstakerorganisasjon (NISO) skal få en avtalefestet del av de inntekter organisasjonsleddene får gjennom salg av medierettigheter. Medierettighetene tilhører organisasjonsleddene (her NFF), og en avgivelse av 2 % av inntektene til spillernes organisasjon vil forrykke den etablerte rettighetsstrukturen”.<sup>69</sup>

Uttalelsen bygger altså på at kravet fra NISO ikke er knyttet til lønn, men knyttet til en andel av klubbens medieinntekter. Uttalelsen fastslår at spillerne ikke har noe økonomisk krav i forhold til avtaler om medierettigheter forbundet inngår. Etter min mening er dette en fornuftig uttalelse ettersom det er forbundet og klubbene som etter de idrettsrettslige lover har retten til fortjenesten. Dessuten kan spillerne gjennom kontraktsforhandlinger med klubbene indirekte sikre seg deler av inntektene.

## 5.7 Eierforholdet til medierettighetene i Europa

I Europa er det ulik praksis for hvordan eierforholdet til medierettighetene er løst. Noen land, eksempelvis England og Danmark, har et tilsvarende system som Norge der det nasjonale forbund forføyer og disponerer over medierettighetene, og klubbene får inntekter ved en fordeling i ettertid. Mens andre land som eksempelvis Italia og Spania har motsatt utgangspunkt, nemlig at det er klubbene som har rett til å forføye over dem, og at de

---

<sup>68</sup> Internett: <http://www.niso.no/index.php?mod=one&id=15011>.

<sup>69</sup> Norges Idrettsforbunds Lovutvalg, Protokoll av 29. mai 2006.

Internett: <http://www.nif.idrett.no/t7.asp?p=18302>.

dermed kan selge rettighetene individuelt. I de senere årene har det gått mot en utvikling der klubbene får større rådighet over rettighetene til egne kamper.<sup>70</sup>

Både i UEFA og FIFAs statutter er det slått fast at det er de nasjonale forbundene som har retten til å forføye over dem. Artikkel 48 i UEFAs statutter sier:

”UEFA and the Member Associations shall have the exclusive rights to broadcast and use, as well as authorise for broadcast and use, by picture, sound or other data carriers of any kind (including data carriers which have yet to be developed), matches which come under their jurisdiction, either live or recorded, in whole or as excerpts”.

Etter de internasjonale reguleringer er det dermed de nasjonale forbund som besitter eierrettighetene til turneringene som spilles i deres regi og under deres jurisdiksjon. Bestemmelsene er et resultat av den hierarkiske oppbygningen i idretten. Som nevnt foran i punkt 1.4 vil bestemmelsene vike dersom lovgiver eller den nasjonale domstol oppstiller andre regler på området.

Ved internasjonale turneringer som Champions League er det UEFA som har retten til medierettighetene. Eierforholdet er organisert tilsvarende som i Norge. Klubbene som deltar i turneringen får en økonomisk kompensasjon for deltakelsen som avhenger av en rekke forhold, blant annet hvor langt laget avanserer i turneringen. Derimot får lagene som deltar i UEFA-cupen anledning til å forhandle frem individuelle avtaler med de medieaktørene de selv ønsker. For mange europeiske klubber er det derfor mer ønskelig å møte en attraktiv motstander som gir solide tv-inntekter, enn å komme seg videre til neste runde.

---

<sup>70</sup> Thomassen, Markedet for medierettigheter til norsk toppfotball, Masteroppgave i samfunnsøkonomi, 2006, s. 8.

## 5.8 Konklusjon

Det er uenighet mellom NFF og klubbene om hvem som eier medierettighetene til klubbenes kamper. På den ene siden er det NFF som er arrangør gjennom de idrettsrettslige regler, og på den andre siden er det klubbene som har eiendomsretten til selve arenaen. Selv om Konkurransetilsynet argumenterer for at eiendomsretten til rettighetene er delt mellom forbundet og klubbene, er det NFF som i regi av å være formell arrangør eier medierettighetene. Etter min oppfatning må det tillegges avgjørende vekt at NFF 2008 kapittel 15, som klubbene har akseptert gjennom sitt medlemskap i NFF, gir NFF enerett til å forhandle om medierettighetene.

## 6 KONKURRANSERETTSLIGE PROBLEMSTILLINGER

### 6.1 Innledning

Konkurransereglene, både de som følger av nasjonal- og EØS-rett, har kommet sterkere i fokus i forbindelse med inngåelsen av tv-avtaler. På grunn av de stadig større beløpene rettighetene selges for, vil det være et økende behov for en kontroll av at kjøp og salg av rettighetene foregår på en slik måte at det fremmer konkurransen mellom aktørene, og at det ikke diskriminerer andre aktører på markedet.

Medierettighetene ble i 2005 solgt kollektivt av NFF, og TV2 og Telenor fikk en eksklusiv rett over det samlede produktet. Problemstillingen er om et slikt kollektivt og eksklusivt salg er i strid med konkurranserettens bestemmelser.

De konkurranserettslige virkemidlene som kan anvendes ved salget er hjemlet i konkurranseloven. Det kan blant annet være et forbud mot konkurransebegrensende samarbeid mellom foretak i krrl. § 10, og et forbud mot misbruk av dominerende stilling i krrl. § 11. Bestemmelsene er harmonisert med EØS-avtalen artikkel 53 og 54, som igjen samsvarer med EF-traktaten artikkel 81 og 82.

## 6.2 Anvendelse av konkurranse-loven ved fotballens salg av medierettigheter

Selv om idretten har en kulturell og samfunnsmessig karakter, vil de økonomiske sidene ved idretten være gjenstand for kontroll. Fotballen kan i utgangspunktet ikke foreta seg noe som innebærer en hindring i den frie konkurransen på markedet. Dersom en avtale begrenser friheten til konkurrenter eller tredjemenn til å agere i markedet, vil avtalen være en konkurransebegrensning som er i strid med krrl. § 10. Dersom markedet ikke berøres av begrensningene inter partes vil avtalen derimot ikke begrense konkurransen.

Etter krrl. § 10 (1) er det forbudt med:

”[E]nhver avtale mellom foretak, enhver beslutning truffet av sammenslutninger av foretak og enhver form for samordnet opptreden som har til formål eller virkning å hindre, innskrenke eller vri konkurransen”.

Det er dermed tre vilkår som må være oppfylt for at krrl. § 10 skal komme til anvendelse ved salget.

For det første må det dreie seg om en avtale mellom foretak. Et ”foretak” er etter krrl. § 2 ”enhver enhet som utøver privat eller offentlig ervervsvirksomhet”. Det vil i utgangspunktet virke noe unaturlig å karakterisere en fotballklubb som et ”foretak”. Likevel er det ingen tvil om at de profesjonelle klubbene og forbundet omfattes av ordlyden. Dette synspunktet har støtte i praksis fra Europakommisjonen. I den nevnte UEFA-saken fra 2003<sup>71</sup> ble det for det første slått fast at en fotballklubb må anses som ”foretak” ettersom de driver økonomisk aktivitet. Det oppstilles ingen krav om at klubbene må ha en økonomisk gevinst for å karakteriseres som ”foretak”. For det andre slo beslutningen fast at de nasjonale fotballforbundene også regnes som ”foretak”. Også her er begrunnelsen at de driver eller engasjerer seg i økonomisk virksomhet. Det uttales dessuten

---

<sup>71</sup> COMP/C.2-37.398.

at forbundene regnes som en "sammenslutning av foretak", jf. krrl. § 10, ved at fotballklubbene ligger hierarkisk under dem.

For det andre må være en avtale eller et samarbeid mellom foretakene. EF-domstolen har tolket avtalebegrepet i EF artikkel 81(1) svært vidt, og en tilsvarende vid fortolkning må legges til grunn ved tolkningen av "avtale" i § 10 (1). Dersom partene har gitt uttrykk for en felles vilje til å koordinere sin atferd på markedet, foreligger det en avtale.<sup>72</sup>

For det tredje må avtalen eller samarbeidet være konkurransebegrensende, da avtalen har "til formål eller virkning å hindre, innskrenke eller vri konkurransen". "Formål" og "virkning" er alternative vilkår, men vurderingen vil i utgangspunktet likevel være lik da en avtale kan rammes av begge vilkårene. Om en avtale har konkurransebegrensende formål eller virkning vil bero på de avtalerettslige tolkningsregler. Det er dette vilkåret som skaper størst problemer i praksis.

Det må i tillegg til disse tre vilkårene "innfortolkes et vilkår om at konkurransen må påvirkes merkbart".<sup>73</sup> Vilkåret fremgår ikke av ordlyden i krrl. § 10, men det er innfortolket av EF-domstolen i EU/EØS-retten. Dersom merkbarehetskravet ikke er oppfylt vil en avtale falle utenfor krrl. § 10 (1), selv om den begrenser konkurransen. .

Etter dette kan det legges til grunn at så vel konkurranseloven, som fellesskapsrettens regler får anvendelse ved fotballens salg av medierettigheter.

---

<sup>72</sup> Kolstad, Kommentar til konkurranseloven: Norsk lovkommentar, note 56.

<sup>73</sup> NOU 2003: 12 s. 229.

## 6.3 Er krrl. § 10 brutt dersom forbundet og klubbene inngår en kollektiv avtale om å selge medierettighetene?

### 6.3.1 Innledning

Dersom det er NFF som skal anses som eiere av rettighetene, er det kun gjennom en kollektiv avtale salget kan gjennomføres på. Med et kollektivt salg menes i denne sammenheng en felles vilje om å selge rettighetene til arrangementene samlet av et forbund eller gjennom en annen form for samarbeid. Det kollektive salget forutsetter et samspill mellom klubbene og forbund. Tilhører rettighetene klubbene kan de enten selges kollektivt eller individuelt.<sup>74</sup> Ved individuelt salg selger klubbene rettighetene til sine egne kamper. Det er dermed to alternative måter et salg av medierettighetene kan foregå på. Spørsmålet blir derfor om det kollektive salget hindrer den innbyrdes konkurransen mellom klubbene til å selge rettighetene individuelt, og om avtalen da innebærer at konkurransen mellom de ulike aktørene på markedet blir redusert.

### 6.3.2 Kollektivt salg etter konkurranse-loven § 10 (1)

Krrl. § 10 (1) skal hindre at forbundet og klubbene samarbeider for å oppnå en høyere pris på produktet som skal selges. Prisen på det samlede produktet vil bli høyere, enn tilfelle ville vært dersom klubbene hadde solgt rettighetene enkeltvis eller individuelt. Dette har sammenheng med at rettighetene i praksis selges eksklusivt, det vil si at det bare er en kringkaster i et avgrenset område som kan benytte seg av rettighetene. Det kollektive salget vil derfor virke prisfastsettende når det finnes et alternativ i det individuelle salg. For at krrl. § 10 ideelt sett skulle vært oppfylt, måtte hver klubb solgt sine egne rettigheter i konkurranse med hverandre. Det ville først da blitt en reell konkurranse i markedet.

Formålet bak konkurranse-loven er den skal ”fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser”, jf. krrl. § 1 (1). Etter andre ledd skal det i denne sammenheng tas særlig hensyn til forbrukerens interesser. Ved at klubbene hadde

---

<sup>74</sup> Thomassen, op.cit., s. 12.



konkurrert innbyrdes om de mest gunstige tv-avtaler, ville det ideelt sett ført til en ”mer effektiv bruk av samfunnets ressuser”, jf. krrl. § 1 (1), da rettighetene sannsynligvis ville blitt utnyttet bedre. Dette hadde også vært i forbrukerens interesser.

I denne sammenheng vil det være en konkurransebegrensning dersom partene gjennom avtale regulerer det antallet varer og tjenester som er tilgjengelige i markedet. Det kan da oppstå et samfunnsøkonomisk tap ved at de tilgjengelige rettighetene begrenses. Ved en kollektiv salgavtale kan ikke klubbene utnytte de rettighetene som ikke blir solgt, da det kollektive salget som hovedregel selges på eksklusiv basis.

Et kollektivt salg kan dessuten medføre at de sterkeste medieaktørene får en økt markedsrett i forhold til de mindre aktørene på markedet. Ved et kollektivt salg må kjøperen ha store økonomiske ressurser for å ha evne til å erverve hele pakken, da vederlaget for rettighetene sannsynligvis blir høyere når en aktør får kjøpt samtlige rettigheter, enn dersom rettighetene hadde blitt solgt individuelt av hver klubb. De mindre aktørene kunne likevel hatt problemer med å hevde seg, da de store aktørene kunne overbydde de mindre. Et individuelt salg ville uansett gitt de mindre aktørene en mulighet til å erverve rettighetene.

Et kollektivt salg av medierettighetene vil i utgangspunktet innebære en markedsadferd som krrl. § 10 har som formål å forhindre. Et individuelt salg av medierettighetene vil derimot være forenlig med konkurranseloven, da det vil fremme konkurransen på markedet.

### 6.3.3 Kollektivt salg etter EU/EØS-avtalen

Det kan innledningsvis diskuteres om EØS-avtalen som sådan får anvendelse ved salget i 2005 da aktørene er norske. EØS-avtalen skal jo regulere handel mellom aktører fra ulike stater. Dessuten er en direkte anvendelse av avtalen lite aktuell i forhold til salg av medierettighetene til norsk fotball, da få europeiske kringkastere vil vise norsk fotball i sine respektive land. Likevel kan det tenkes at internasjonale selskaper ønsker å kjøpe

medierettighetene til norsk fotball med tanke på videresalg, eller dersom de ønsker å etablere seg på det norske markedet. I tillegg vil praksis i forbindelse med fellesskapsretten her være relevant ved fastleggelsen av konkurranselovens bestemmelser, da konkurranseloven presumeres å være i samsvar med Norges forpliktelser etter EØS-avtalen.

EU-Kommisjonen har ved enkelte anledninger behandlet spørsmålet om kollektive salg av tv-rettigheter er i strid med fellesskapsrettens konkurranseregler.

I den nevnte UEFA-saken fra 2003 skulle Kommisjonen avgjøre spørsmålet om UEFA kunne selge tv-rettighetene til kampene i Champions League kollektivt, eller om dette var i strid med Artikkel 81 i EF-traktaten og EØS-avtalens Artikkel 53, jf. Artikkel 56. UEFA, med tilslutning fra de nasjonale forbundene, hadde inngått en felles salgsavtale. Salgsavtalen innebar at UEFA skulle selge medierettighetene kollektivt for klubbene som deltok i Champions League. Da salgsavtalen medførte at prispolitikken ble samordnet på vegne av alle de deltagende klubber, oppsto spørsmålet om den kollektive salgsavtalen var forbudt, siden salgsavtalen hadde en merkbar innvirkning på konkurransen innenfor fellemarkedet, samt handelen mellom medlemsstatene.

Kommisjonen kom til at salgsavtalen innebar konkurransebegrensende virkninger som etter EF-traktatens Artikkel 81 var forbudt. Begrunnelsen var blant annet at virkningene for det første kunne vise seg på alle markedene rettighetene kunne utnyttes i (premiss 113). For det andre kunne salgsavtalen hindre klubbene fra å selge rettighetene individuelt. En slik salgsavtale utelukket konkurransen mellom fotballklubbene, samt den parallelle konkurransen mellom klubb og UEFA til å levere medierettigheter til Champions League til interesserte kjøpere på markedet. For det tredje ville medieaktøren kun ha en enkelt leverandør å forholde seg til. Dette stilte UEFA i en maktposisjon i forhold til medieaktørene ved at aktørene på markedet ble tvunget til å kjøpe rettighetene på de premisser og betingelser UEFA oppstilte (premiss 114). Salgsavtalen innebar derfor ensartete priser sammenlignet med en situasjon der klubbene kunne foretatt et individuelt

salg. Salgsavtalen var dermed forbudt etter EF-traktaten artikkel 81 (1) og EØS-avtalens artikkel 53 (1).

I en annen uttalelse fra EU-Kommisjonen, den såkalte Premier League-saken,<sup>75</sup> hadde Kommisjonen innledet en undersøkelse av det kollektive salget av tv-rettigheter i England, og om den kollektive salgsavtalen var i strid med konkurransereglene i England. Det engelske fotballforbundet, FA, solgte pakker av rettigheter samlet på eksklusivt grunnlag til tv-selskap i Storbritannia og Irland. Kommisjonen uttalte at:

“[T]he current joint selling arrangements are anti-competitive because they have the effect of foreclosing the market for other broadcasters and ultimately limit media coverage of soccer events to the detriment of consumers.”

Klubbene kunne etter ordningen ikke selge rettighetene selv på det åpne marked. Dette innbefattet også rettigheter som ikke inngikk i pakkene, og som dermed ikke ble utnyttet. Dette innebar derfor en begrensning i antallet tilgjengelige rettigheter, og dermed også en begrensning i konkurransen på markedet.

I begge uttalelsene fra Kommisjonen ble det statuert at de kollektive avtalene innholdt konkurransebegrensende virkninger som var forbudt etter artikkel 81 i EF-traktaten og EØS-avtalens artikkel 53.

#### 6.3.4 Kan kollektive avtaler fritas fra forbudet i krrl. § 10 (1)?

Selv om en avtale inneholder konkurransebegrensende virkninger, og dermed vil være i strid med krrl. § 10 (1), kan avtalen fritas fra forbudet dersom den oppfyller vilkårene i krrl. § 10 (3). Både etter krrl. § 10 (3), og EØS-avtalen Artikkel 53 (3) og EF-traktaten Artikkel 81 (3), er det fire kumulative vilkår som må være oppfylt for at unntaket kan komme til

---

<sup>75</sup> IP/02/1951 – Commission opens proceedings into joint selling of media rights to the English Premier League.

anvendelse. For det første må avtalen forbedre produksjonen og fordelingen av varene eller fremme den tekniske eller økonomiske utvikling. For det andre må forbrukeren oppnå en rimelig andel av fordelene som oppnås. Avtalen må ikke begrense konkurransen mer enn absolutt nødvendig, og endelig må avtalen ikke fjerne konkurransen i en vesentlig del av det marked det gjelder.

I UEFA-saken uttalte Kommisjonen at såfremt fordelene ved avtalen er av en sådan art at de oppveier de konkurransebegrensende virkninger, kan det gjøres unntak fra første ledd. Vurderingen er hvorvidt fordelene ved en kollektiv salgavtale oppveier de negative virkningene avtalen medfører (premiss 136 og 137). Om unntaket kommer til anvendelse beror derfor på en helhetsvurdering mellom de negative og positive virkningene en avtale medfører.

I UEFA-saken slo Kommisjonen fast at fordelene var av en sådan art, at de oppveide de konkurransebegrensede virkninger salgavtalen medførte. Kommisjonen uttalte:

“The creation of a single point of sale is of particular interest for an international tournament such as the UEFA Champions League, because this tournament involves a great number of football clubs from many different countries. In addition to the practical difficulties that may create, there is moreover the issue that the ownership structures vary from Member State to Member State with the possibility of the presence of multiple different co-owners of the media rights to each match. Furthermore, there is dispersed demand from broadcasters who are likewise of different nationalities and operating in many different national markets.”<sup>76</sup>

Et kollektivt salg av medierettighetene ga også medieaktørene, fotballklubbene og seerne en fordel da det var mulig å sette sammen pakker av rettigheter. Disse pakkene bidro til at medieaktørene kunne tilby forbrukeren dekning av turneringen som helhet, og gjennom en hel sesong. Det er vanskelig for klubbene å vite hvor langt de vil avansere i turneringen, og det kan i denne sammenheng være vanskelig å selge rettighetene individuelt. Den økonomiske risikoen for klubbene ble derfor redusert.

---

<sup>76</sup> Premiss 139.

En felles salgsavtale sikret videre forbrukeren en rimelig andel av de fordeler som oppstår ved opprettelsen av et enkelt salgssted. Salgsavtalen medførte effektivitetsgevinster, som gjorde det mulig for medieaktørene å satse mer på produksjons- og sendingsteknologier og kvalitet i tv-dekningen. Denne økende satsningen bidro til bedre utnyttelse av rettighetene, som igjen var til fordel for forbrukeren. De seerne som har en generell interesse for fotballen, ville også oppnå en fordel da en felles salgsavtale ga visning av de mest interessante og spennende kampene til enhver tid.

Salgsavtalen var dessuten en nødvendig begrensning med hensyn til å skape et samlet ligaprodukt. Dersom klubbene skulle solgt rettighetene individuelt kunne kvaliteten på produktet og merkevaren Champions League bli redusert. Kommisjonen hevdet videre at rettighetene ikke på annen måte kunne produseres og distribueres like effektivt, som det den kunne gjennom en felles salgsavtale. Klubbene trengte heller ikke å opprette egne salgsavdelinger, noe som for den enkelte klubb kan innebære store kostnader. Til slutt ble det i vurderingen lagt vekt på at rettigheter som ikke var tilstrekkelig utnyttet, kunne selges individuelt av klubbene som deltok i konkurransen etter en viss tid, dersom UEFA ikke maktet å selge dem på markedet.

Kommisjonen konkluderte med at vilkårene i EØS-avtalen art 53 (3) og EF-traktaten artikkel 81 (3) var oppfylt. Selv om salgsavtalen UEFA inngikk med forbundene i utgangspunktet var i strid med forbudet mot konkurransebegrensende samarbeid, forelå det i denne saken særlige omstendigheter som tilsa at konkurransebegrensningene avtalen medførte kunne fritas.

I Premier League-saken uttalte Kommisjonen at en kollektiv salgsavtale

”is not indispensable for guaranteeing solidarity among clubs participating in the English leagues and that it is possible to achieve solidarity without incurring anti-competitive effects.”

En kollektiv salgssavtale kunne derfor bare fritas dersom konkurransebegrensningene var strengt nødvendige for å sikre de legitime mål som tilstrebes ved ordningen. Siden fordelene også kunne oppnås ved andre løsninger, eksempelvis et fondssystem der klubbene måtte avsette en del av inntektene, var ikke vilkårene i EF-traktaten artikkel 81 (3) oppfylt. Som følge av Kommisjonens uttalelse ble den engelske tv-avtalen endret for å imøtegå Kommisjonens synspunkt.

Kommisjonen kom til et annet resultat i Premier League enn i UEFA-saken da salgssavtalen for Premier League ikke ga forbrukeren tilstrekkelige fordeler i forhold til de ulempene salgssavtalen medførte. Dessuten kunne klubbene ved UEFAs salgssavtale selv selge de uutnyttede rettighetene etter en viss tid. Det kan etter min mening også være et moment at salgssavtalen for Champions League dreide seg om en kontinental turnering, og ikke en nasjonal konkurranse.

Praksisen fra Kommisjonen indikerer at det er en viss adgang for å frita kollektive avtaler fra forbudet i EF-Artikkel 81 (1) og EØS-avtalen Artikkel 53 (1). Dersom fordelene ved avtalen er større enn de konkurransebegrensende virkninger, kan avtalen være fritatt etter 3. ledd.

Spørsmålet er hvorvidt man kan anvende de samme prinsipper ved en kollektiv avtale om medierettighetene i Norge.

Krrl. § 10 (3) angir på tilsvarende måte som felleskapsretten, en avveining mellom de positive og negative virkninger en avtale medfører. Dersom fordelene ved avtalen oppveier skadevirkningene, kan avtalen etter § 10 (3) aksepteres selv om den i utgangspunktet var i strid med krrl. § 10 (1).

Man kan i utgangspunktet anvende samme argumentasjon for en kollektiv salgssavtale for medierettighetene til norske turneringer som Kommisjonen oppstiller i UEFA- og Premier League-sakene. Også i disse turneringene vil de samme hensyn i hovedsak gjøre seg

gjeldende. Likevel kan det etter min mening være forskjeller ved de to situasjonene. For det første gjaldt UEFA-saken en internasjonal salgsavtale for en europeisk klubbturnering. En nasjonal salgsavtale har ikke de samme geografiske hensynene å ivareta som en europeisk klubbturnering som innbefatter klubber fra hele Europa. Dessuten er Champions League en turneringsform, som innebærer at en klubb kan bli slått ut på et relativt tidlig stadium i turneringen. I en nasjonal liga spiller derimot en klubb like mange kamper uavhengig hvordan resultatene blir.

For det andre presiserer Kommisjonen i UEFA-saken at ved spørsmålet om eiendomsrett til arrangementene skal de nasjonale regler gjelde (premiss 123). Dersom de nasjonale domstoler har avgjort spørsmålet, skal denne avgjørelsen stå over Kommisjonens avgjørelse. Dette betyr at dersom en nasjonal domstol kom til at eiendomsretten til arrangementet tilhører klubbene alene, ville den kollektive salgsavtalen ikke være en aktuell salgsform. Unntaket i § 10 (3) kunne ikke da fått anvendelse, da bestemmelsen forutsetter et samarbeid mellom foretak. Klubbene måtte da solgt kampene i individuell konkurranse med hverandre, og ikke gjennom et kollektivt salg foretatt av NFF. At en klubb får økte økonomiske ressurser er i seg selv ikke et argument for fritak etter § 10 (3). Etter bestemmelsen er det ikke fordeler for partene isolert sett som skal vurderes, men fordelene for samfunnet som sådan. En kollektiv avtale er dessuten ikke absolutt nødvendig for å opprettholde solidaritetsprinsippet. Dersom klubbene kunne selge rettighetene individuelt, kan det tenkes andre løsninger for å ivareta de mindre klubbenes interesser. For eksempel kan det opprettes et fond for klubbene, der hver klubb måtte avsette en viss prosent av medieinntektene de inntjener.

En kollektiv avtale om salg eliminerer uansett priskonkurransen mellom klubbene. De trenger ikke å konkurrere innbyrdes om de mest gunstige avtaler. Konsekvensen av et individuelt salg ville antakelig blitt at de mest populære klubbene ville fått en betydelig større gevinst enn de mindre klubene. Et kollektivt salg av medierettighetene bidrar derimot til at også de mindre attraktive klubbene får en relativ stor del av inntektene på grunnlag av fordelingsprosessen som NFF foretar i ettertid. Fordelingsprosessen bygger på prinsippet

om solidaritet mellom klubbene, ved at hver klubb skal få en forholdsvis lik andel av fortjeneten. Fordelingen av inntektene er dessuten viktig med tanke på å opprettholde konkurransebalansen mellom klubbene.

Fra et idrettsmessig synspunkt er dette gunstig ettersom klubbene kan konsentrere seg om det sportslige, og ikke bruke energi på å konkurrere innbyrdes om de mest lukrative avtaler. Dessuten foreligger det et spesielt avhengighetsforhold mellom klubbene som er annerledes enn mellom bedrifter i andre næringer. Mens bedrifter i andre næringer ville hatt en økonomisk gevinst om konkurrentene gikk konkurs, gjelder ikke det samme for eksempelvis Brann og Vålerenga. Fotballklubbene trenger jevnbyrdige motstandere av god kvalitet for å skape spennende, og attraktive kamper.

Et ytterligere moment kan være at også fotballen på bredde- og ungdomsnivå oppnår en fordel ved salget. Forbundet bruker deler av inntektene til å utvikle og støtte fotballen på lavere nivå for eksempel gjennom tildeling av økonomiske midler til anlegg.<sup>77</sup> Dette innebærer at deler av inntektene kommer samfunnet til gode.

Et moment som etter min mening taler sterkt for at det kollektive salget i 2005 kunne blitt fritatt etter krrl. § 10 (3) er at rettighetene blir utnyttet effektivt. Hver avtale skal vurderes konkret, og TV2 forpliktet seg gjennom avtalen til å sende samtlige kamper fra Tippeligaen direkte på tv. Forbrukeren er tilstrekkelig ivaretatt ved at antallet tilgjengelige rettigheter ikke ble begrenset. Selv om TV2 fikk en eksklusiv rett over hele produktet som sådan, ble alle rettighetene utnyttet. Riktignok innebar dette at forbrukeren måtte betale for å se enkelte kamper, men avtalen begrenset ikke antallet tilgjengelige rettigheter.

Konkurransemyndighetene på både nasjonalt og internasjonalt nivå er i utgangspunktet enige om at en kollektiv salgsavtale er med på å hindre en effektiv konkurranse. Det er likevel ulike praksis i Europa for hvordan de enkelte land håndterer kollektive avtaler. Det Nederlandske Konkurransetilsynet har for eksempel gjennom en rettslig kjennelse gjort kollektivt salg forbudt. I Frankrike har derimot lovgiver

---

<sup>77</sup> Internett: <http://www.fotball.no/t2.aspx?p=51833&cat=51833&x=1&a=198441>.



opprettet en egen lov som sier at rettighetene til idrettsarrangement tilhører den som organiserer denne. Det vil si at forbundet kan selge rettighetene gjennom en kollektiv avtale.<sup>78</sup>

### 6.3.5 Konklusjon

Et kollektivt salg utgjør konkurransebegrensende virkninger som i utgangspunktet er forbudt etter krrl. § 10 (1). Likevel kan den ulovlige avtalen få fritak etter krrl. § 10 (3), dersom fordelene etter en helhetsvurdering oppveier de negative virkningene konkurransebegrensningene gir. Sentralt i denne vurderingen er særlig hensynet til forbrukeren og hensynet til sportens egenart. Ved at forbrukeren får en rimelig andel av fordelene, eksempelvis bedre dekning av kampene, og at klubbene gjennom økonomisk solidaritet opprettholder konkurransebalansen, kan et kollektivt salg etter min mening aksepteres.

## 6.4 NFFs salg av medierettigheter i forhold til krrl. § 11

NFF er etter NFF 2008 kapittel 15 eneier av medierettighetene, slik at det er de som har retten til å forføye over dem. Det kan i denne sammenheng hevdes at dersom NFF anses som eneier av medierettighetene kan ikke krrl. § 10 anvendes ved salget. Begrunnelsen for dette er at et kollektivt eller samlet salg av medierettighetene ikke rammes av det tilfelle der det bare dreier seg om ett ”foretak”, jf. krrl. § 2. Et samlet salg i den samme salgsprosess vil i dette tilfelle ikke rammes av ordlyden i krrl. § 10, da bestemmelsen retter seg mot et samarbeid mellom ”foretak”.

Salget kan derimot rammes av krrl. § 11. Etter krrl. § 11 (1) er et eller flere foretaks utilbørlige utnyttelse eller misbruk av sin dominerende stilling forbudt. Krrl. §11 (1) oppstiller to vilkår for at bestemmelsen skal komme til anvendelse. For det første må ett eller flere foretak inneha en dominerende stilling. EF-domstolen har i sine avgjørelser uttalt at et foretak kan ”ha en dominerende stilling dersom foretaket i «merkbar grad» kan opptre

---

<sup>78</sup> Thomassen, op.cit., s. 13.

uavhengig av sine konkurrenter”.<sup>79</sup> For det andre må den dominerende stillingen utnyttes utilbørlig. Den utilbørlige utnyttelsen av dominerende stilling er i seg selv forbudt uavhengig av foretakets intensjoner. Det er derimot ikke forbudt å ha en dominerende stilling, så lenge man ikke utnytter den utilbørlig.

Krrl. § 11 omfatter både utnyttende misbruk, det vil si at man misbruker ved å utnytte markedsmakten på en utilbørlig måte overfor kunder og leverandører, og ekskluderende eller konkurransebegrensende misbruk. Konkurransbegrensende misbruk innebærer atferd som på en utilbørlig måte stenger andre konkurrenter ute fra konkurransen eller gjør konkurrenter svakere i konkurransen.<sup>80</sup> Dette innebærer at NFF kan misbruke sin dominerende stilling på to ulike måter.

For det første kan den hierarkiske modellen, som gir NFF status som det eneste offisielle særforbund, innebære at NFF kan misbruke sin monopolstilling eller dominerende posisjon overfor medieaktørene. Medieaktørene har ingen andre leverandører å forholde seg til, og NFF har derfor en dominerende stilling overfor dem. NFF kan utnytte situasjonen ved å presse kjøpsprisen opp. Om den hierarkiske modellen da er tilfredstillende, kan ut fra et konkurranserettslig perspektiv være tvilsomt. Dersom det hadde vært flere forbund som for eksempel hadde konkurrert om å arrangere turneringer, ville det vært en reell konkurranse på markedet. Dette hadde i så fall gagnet medieaktørene ved at de hadde hatt flere forbund å forhandle med.

Den organisatoriske modellen som gir det nasjonale forbundet en monopolsituasjon kan nok i seg selv ikke anses for å utgjøre en overtredelse av konkurransereglene. Ordlyden i krrl. § 11 tilsier at det ikke er kompetansen til å fastlegge reglene, som innebærer en utnyttelse av den dominerende stillingen, men hvordan forbundet anvender kompetansen under eventuelle forhandlinger. For eksempel vil forbundet utnyttet sin dominerende

---

<sup>79</sup> Ot.prp. nr.6. (2003–2004) s. 60.

<sup>80</sup> Kolstad, Konkurranseloven som virkemiddel til å fremme « forbrukernes interesser », 2005, s. 1–92, se punkt 4.1.

posisjon dersom de for eksempel utestengte medieaktører uten en objektiv begrunnelse, dersom de vilkårlig utelukket aktører som oppfyller de kvalifikasjons- og anbudskrav som stilles eller dersom de påtvang en medieaktør ”urimelige forretningsvilkår”, jf. krrl. § 11 (2) bokstav a. Men så lenge de ikke utnytter monopolstillingen, er den dominerende stillingen etter min mening akseptabel i forhold til konkurranseloven.

For det andre kan NFF misbruke sin dominerende stilling ekskluderende, ved at de nekter klubbene å delta i konkurransen på markedet.

At NFF har en dominerende stilling overfor klubbene er i dette tilfelle klart da klubbene må være underlagt reglene til NFF for å kunne delta i konkurranser i regi av NFF. Ved at NFF blant annet kan nekte klubber å delta i idrettskonkurranser, samt ilegge klubber sanksjoner av ulik grad, har de en ”dominerende stilling”, jf. krrl. § 11 (1) i forhold til klubbene. Problemer kan oppstå når klubbene mener at deres interesser best ivaretas på andre måter.

Dersom klubbene for eksempel ønsket å bryte ut av den nasjonale ligaen for å danne sin egen serie, slik at de fikk full kontroll over salget av medierettighetene, kunne NFF i prinsippet sanksjonert overfor dem med hjemmel i NFFs sanksjonsreglement § 2-1 (1), jf. § 1-3. § 2-1 gir klubbene en plikt til å rette seg etter de lover, reglementer og bestemmelser som forbundet gir, samt vedtak som er fattet med hjemmel i disse. Sanksjonsbestemmelsen innebærer derfor at NFF har en dominerende posisjon. Ut fra et konkurranserettslig perspektiv kan det derimot være grunn til å tro at et forbund skal være forsiktige med å sanksjonere overfor medlemmer som ønsker å danne sin egen turneringsform, da slike sanksjoner kan anses som konkurransebegrensende og som et misbruk av en dominerende stilling. Et eksempel på en slik sanksjonering kan være sanksjonstrusselen mot klubbene som opprettet G-14. I denne forbindelsen var et av mottrekkene til UEFA å pålegge de nasjonale forbund å sanksjonere overfor de nasjonale klubbene som ville bryte ut. Sanksjonen kunne blant annet være utelukkelse fra den hjemlige serien.

NFF har en forpliktelse etter krrl. § 11 til ikke å utnytte de interne lovene til å påtvinge klubbene vilkår for deres egen ervervsutnyttelse, og som klubbene ikke er enige i. Der forbundets egen lover og vedtak utgjør begrensninger i en klubbs ervervsmuligheter, kan det tenkes at NFF utnytter sin dominerende posisjon. Dersom NFF skal anses å ha en juridisk enerett til å disponere over medierettighetene til klubbenes kamper på liganivå i medhold av å være arrangør, kan et felles salg av klubbenes kamper ikke medføre at de utnytter sin dominerende stilling. Derimot vil klubbene kunne disponere fritt over arrangementer som ikke er i regi av forbundet. Klubbene kan fritt selge rettigheter til sine ”egne” kamper som for eksempel treningskamper og turneer. Dersom NFF hadde hevdet at også rettighetene til disse arrangementene var i NFFs eie, ville det innebært et misbruk av NFFs dominerende posisjon.

## 6.5 Fotballmedia AS

Et særlig spørsmål som reiser seg, er om opprettelsen av Fotballmedia AS, se punkt 5.5 foran, utgjør noen virkninger i forhold til om et salg av medierettigheter er forenlig med krrl. §§ 10 og 11.

Etter avtaleinngåelsen kan det være nærliggende å tro at samarbeidet mellom NFF og NTF setter de konkurranserettslige spørsmålene ytterligere på spissen. Samarbeidet har gjennom avtalen materialisert seg. Selskapet skal etter de selskapsrettslige regler anses som en selvstendig aktør. Det foreligger med andre ord ikke et samarbeid mellom foretak som rammes av krrl. § 10, da rettighetene er overført selskapet. Om opprettelsen av selskapet skal ses på som en omgåelse av konkurransereglene fra fotballens side, er usikkert. Selskapet kan i prinsippet likevel rammes av krrl. § 11, da det vil ha en dominerende posisjon i markedet. Det er uansett nærliggende å tro at opprettelsen av selskapet er et forsøk på å ivareta den kollektive salgsformen.

Ved forhandlingen om medierettighetene i 2008 er det selskapet, og ikke NFF som sådan, som er i forhandlingsposisjon. Dersom konkurransen ikke begrenses på markedet er det i utgangspunktet ikke noen større rettslige problemer med at det er selskapet som skal

forhandle om rettighetene. De rettslige problemene er dermed tilsvarende som der NFF foretok et kollektivt salg.

## 6.6 Eksklusive avtaler med virkning som begrenser konkurransen

Det kan også utgjøre et brudd på krrl. § 10 ved at avtalen inter partes har et eksklusivt omfang som begrenser konkurransen på markedet. Ved eksklusive avtaler vil en distributør av en vare sikres enerettigheter til å formidle varen videre, og dette kan innebære virkninger både overfor tredjemenn og overfor forbrukerne, ved at deres valgmuligheter blir redusert. De eksklusive avtalene kan skape en monopolsituasjon for den kringkasteren som erverver rettighetene. Spørsmålet er hvorvidt monopolsituasjonen begrenser konkurransen på markedet blir begrenset.<sup>81</sup>

Når fotballproduktet selges samlet på eksklusivt basis, vil bare en aktør ha eneretten til produktet. Det vil da det være vanskelig å utnytte alle rettighetene. Andre aktører kunne da vært interessert i å benytte seg av de rettigheter som ikke er utnyttet, men dette vil ikke være mulig på grunn av eksklusiviteten.

Dessuten er det bare største medieselskapene som har anledning og økonomiske muskler til å være med i budrundene om eksklusive avtaler. En oppdeling i mindre produkter vil bidra til at flere medieaktører kommer på banen. Prisene på produktene ville dessuten blitt lavere som følge av det reduserte omfanget av rettighetene. Aktørene kunne da kjøpt de kampene de mente var av interesse, i stedet for å ha investert i et produkt som omfattet samtlige begivenheter, og som ikke nødvendigvis var av interesse i sin helhet. Rettighetene ville ikke vært like eksklusive som ved et samlet salg, og betalingsvilligheten hos kjøperne ville blitt redusert, da effekten av eksklusiviteten ikke er like stor når flere aktører har tilgang til de samme begivenheter.

---

<sup>81</sup> Skage, Sport, kringkasting og konkurranserett, 2003, s. 64–67.

For at kravene i krrl. § 10 skal være oppfylt i dette tilfelle er det tilstrekkelig at rettighetene har blitt lagt ut på anbud i et avgrenset omfang eller i mindre pakker slik at også mindre aktører har mulighet til være i budkampen. Om det er noe forbud i seg selv mot at en kanal får en eksklusiv rett over hele det samlede produktet, så lenge rettighetene har blitt delt opp i mindre pakker, er usikkert.<sup>82</sup> Etter min mening kan et slikt salg godtas så lenge ikke andre aktører har blitt diskriminert, og konkurransen mellom dem har vært ivaretatt på en rettferdig måte.<sup>83</sup>

Om en eksklusiv avtale skal anses for å inneha konkurransebegrensende virkninger kan videre være avhengig av avtalens lengde og omfang.

En avtale som gjelder for et lengre tidsrom kan gjøre det vanskeligere for nye aktører å etablere seg på markedet. Dessuten kan en aktør som har ervervet rettighetene for en lengre periode klare å etablere en dominerende posisjon i markedet. Effektiviteten av etterfølgende budrunder kan dermed bli begrenset, ved at et tv-selskap kan låse markedet over en lengre periode.<sup>84</sup> En avtales langvarige eksklusivitet må i denne sammenheng likestilles med en medieaktørs fortrinnsrett fremfor andre til å inngå en avtale på de samme premisser.

Det danske Konkurransetilsynet har uttalt at rettighetene til fotballen med passende mellomrom må tilbys de interesserte medieaktørene på åpne, og ikke diskriminerende vilkår. Varigheten av medieavtalene bør på bakgrunn av konkurranse-loven ikke være lengre enn nødvendig. Med mindre særlige forhold gjør seg gjeldende, bør ikke varigheten av avtalene overstige tre år hvis det dreier seg om viktige turneringer eller mesterskap.<sup>85</sup> Uttalelsen kommer som nevnt fra det danske Konkurransetilsynet. Det er likevel

---

<sup>82</sup> Ibid. s. 76.

<sup>83</sup> Se likevel punkt 7 nedenfor.

<sup>84</sup> Giske m.fl., Juridiske og praktiske utfordringer på mange fronter ved salg av Fotballrettigheter – en oversikt, 2006, s. 90.

<sup>85</sup> Hallgren, Sportsrett, 2000, s. 156–157.

nærliggende å tro at tilsvarende reguleringer eller begrensninger også kan legges til grunn ved de norske avtaleinngåelsene. TV-avtalene dreier seg om et økonomisk område som er tilsvarende likt i de nordiske land.

En lang eksklusivitetsavtale vil ikke i seg selv anses for å være i strid med konkurranselovens regler, så lenge eksklusivitetsbestemmelsene i avtalen gir tv-stasjonen som har rettighetene anledning til å videreselge senderrettigheter til andre tv-stasjoner, og de faktisk gjør det.<sup>86</sup> Så lenge eksklusivitetsbestemmelsen i avtalen ikke blir misbrukt, er en slik avtale forenlig med konkurranseloven. Dersom det kollektive salget er av langvarig karakter, samtidig som det ikke er muligheter for andre tv-stasjoner til å erverve senderrettigheter av rettighetshaveren i avtaleperioden på normale markedsvilkår, kan konkurransereglene være brutt.

Siden det i Norge foreligger et alminnelig prinsipp om avtalefrihet, bør tidsrammen for rettighetene ikke begrenses i for stor grad. Hensynet til avtalefriheten står her i motsetning til konkurranselovens bestemmelser som skal hindre konkurransebegrensende virkninger. En kortere avtaleramme enn tre år kan dessuten begrense forutsigbarheten for fotballen, ved at inntektene til klubb og forbund kan variere i stor grad avhengig av hvilke avtaler de kan inngå.

## 6.7 Begivenheter av vesentlig samfunnsmessig interesse

Som nevnt foran, punkt 4.4, har Kirke- og Kulturdepartementet fremmet et forslag om å listeføre begivenheter av vesentlig samfunnsmessig betydning. Forslaget har også et konkurranserettslig perspektiv.

EU-direktivet gir medlemsstatene en dispensasjon til å vedta en regulering som normalt ville vært i strid med prinsippet om fri konkurranse på markedet, der prisen fastsettes i samspill mellom tilbud og etterspørsel. Det oppstår dermed et spørsmål om reguleringen av

---

<sup>86</sup> Ibid. s. 166.

sportsbegivenheter vil være i strid med konkurranseloven, da en slik regulering utelukker aktører som ikke oppfyller kravene til dekningsgrad og vederlagsfritt tv fra å erverve rettigheter til arrangementene.

Formålet bak konkurranseloven er å ”fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser”, og det skal i denne sammenheng ”tas særlig hensyn til forbrukerens interesser”, jf. krrl. § 1.

For forbrukeren vil en listeføring av begivenhetene sikre hans mulighet til å se viktige sportsbegivenheter. Forbrukerens interesse er ved et slikt forslag tilstrekkelig ivaretatt, da forbrukeren i utgangspunktet beskyttes mot å betale høye priser for å få sett begivenheter av vesentlig samfunnsmessig interesse. Begivenhetene blir tilgjengelige for forbrukeren. Det er likevel ikke sikkert at forbrukeren i lengden er tjent med forslaget om listeføring.

For at konkurranselovens formål skal være oppfylt, må rettighetene selges på en måte som fremmer økt konkurranse mellom tv-kanalene, og mellom distribusjonsplattformer som tv og internett. Ved en økt konkurranse vil salgsordningen bli større og mer variert, og denne utviklingen kan antakelig være det beste for forbrukeren.

Ved listeføringen kan en rekke potensielle kjøpere utestenges fra markedet. Den vil regulere markedet på en måte som bryter med de grunnleggende forutsetningene for et effektivt rettighetsmarked. Per dags dato er det kun NRK og TV2 som oppfyller kravet til dekningsgrad på 90 prosent. NRK og TV2 vil dermed få en betydelig konkurransemessig fordel i forhold til de andre aktørene på markedet. Riktignok vil det fremdeles være en konkurranse mellom de aktørene som oppfyller kravene listeføringen stiller, men denne konkurransen vil bli begrenset.

For aktører som driver innen andre distribusjonsplattformer enn tv, vil en listeføring bidra til at disse aktørene hindres fra å etablere seg på markedet, da de nå må være i konkurranse med gratiskanaler i stedet for betalingskanaler med lavere dekningsgrad.



En listeføring av begivenheter vil dessuten medføre at kanaler som prøver å bruke fotball som eksklusivt innhold for å bygge opp kanalen, må basere sine inntekter på reklamesalg. Kanalen kan derfor ikke basere det på betaling fra kunden, da dette vil være i strid med forslaget. At en kanal vil bli tvunget til å måtte basere seg på reklamefinansiering for å kunne vise fotball, kan innebære en konkurransebegrensning.

Dersom forslaget blir vedtatt, vil det sannsynligvis medføre at betalingsvilligheten hos både de kommersielle aktørene og hos de aktørene som oppfyller kravene reduseres.<sup>87</sup>

Rettighetene blir dermed ikke utnyttet effektivt. For de kommersielle aktørene vil interessen for fotballproduktet avhenge av hvor store inntekter rettighetene kan gi selskapet. Disse inntektene vil igjen være avhengige av hvor eksklusive rettighetene er. Ved at disse aktørene må dele rettighetene med andre kan det gi ferre seere, som igjen gir lavere reklameinntekter. Dessuten må betalingskanaler tilby andre aktører rettighetene, og det er i denne sammenheng naturlig at man heller ser en begivenhet på vederlagsfritt fjernsyn, enn å betale for det. Uansett vil en betalingskanal vegre seg mot å investere i fotballen, fordi kanalen kan risikere å dele rettighetene med andre aktører.

Betalingsvilligheten vil også reduseres for de selskaper som oppfyller kravene departementet oppstiller. Mangelen på konkurrenter vil øke disse selskaperenes kjøpsmakt. Konsekvensen kan bli at selskapene byr mindre enn de ellers ville gjort for å få senderrettighetene, og at prisen på produktet ville gått tilsvarende ned. En regulering vil derfor innebære en inntektsoverføring fra rettigheteierene, og til de aktørene som oppfyller forslagets krav. Rettighetene vil ikke i dette tilfelle bli tilstrekkelig effektivt utnyttet. Reguleringen kan dermed på både kort og lang sikt medføre svakere produktutvikling. Konsekvensen kan bli mindre investeringer i fotballproduktet, noe som til slutt kan gå utover forbrukeren.

---

<sup>87</sup> Bakke, Listeføring – til fordel for forbrukerne?, 1/2001, s. 13–14.

[http://web.bi.no/forskning/papers.nsf/dc1faa5090e7f026c1256e5c0044a137/799c4da848e7c69ac12569e30031392a/\\$FILE/dp2001-01.PDF](http://web.bi.no/forskning/papers.nsf/dc1faa5090e7f026c1256e5c0044a137/799c4da848e7c69ac12569e30031392a/$FILE/dp2001-01.PDF).

Samlet sett kan disse konkurransebegrensningene innebære en ulempe for forbrukeren. Selv om han sikres at begivenheten blir vist på vederlagsfritt og landsdekkende fjernsyn, kan konkurransebegrensningene i lengden medføre et dårligere produkt. Dersom fotballen genererer mindre penger kan det dessuten virke inn på samfunnet som sådan, da deler av inntektene fotballen får kommer samfunnet til gode. Det er derfor nærliggende å tro at forslaget om listeføring ikke kan harmoniseres med konkurranseretten.

## **7 AVSLUTTENDE BEMERKNINGER**

16. april 2008 ble medierettighetene til de neste sesongene lagt ut for salg.<sup>88</sup> Rettighetene ble delt opp i 23 pakker som dekker over vanlig tv, bredbånds-tv, internett, mobil og radio. Det er dermed lagt opp til en åpnere konkurranse enn tidligere. Likevel ønsker Fotballmedia AS å selge pakkene eksklusivt, ettersom de ulike pakkene ”glir over” i hverandre. Skal et selskap få en eksklusiv rett over produktet som helhet, må de derfor investere i flere pakker. I utgangspunktet er det NFF sitt ansvar å ha en salgsordning som ikke innebærer et brudd på forbudet mot konkurransebegrensende samarbeid. Hvorvidt Konkurransetilsynet aksepterer salgsordningen er per dags dato uvisst.

Et kollektivt salg av fotballrettigheter vil i utgangspunktet medføre en del betenkeligheter og særlig i kombinasjon med eksklusive rettigheter til en enkelt tv-kanal. Dersom alle rettighetene blir solgt til en aktør, vil aktøren få en uforholdsmessig stor markedsrett i forhold til de andre aktørene.

Ved salget av medierettighetene i Danmark i desember 2007 ble rettighetene splittet opp i tre pakker, og solgt til tre ulike kanaler. Medieselskapet Modern Times Group kjøpte i

---

<sup>88</sup> Internett: <http://www.fotball.no/t1.aspx?p=51831&x=1&a=224160>.

utgangspunktet alle tre pakkene, men oppkjøpet ble ikke godkjent av Konkurransemyndighetene i Danmark. Det ble dermed satt en effektiv stopper på en kanals fotballmonopol.<sup>89</sup> For seerne kan en oppløsning av monopolet innebære en fordel da flere tilgjengelige kanaler deler på rettighetene. På den andre siden er det sannsynlig at forbrukerne må betale for flere kamper, da betalingskanaler vil komme sterkere inn på markedet.

At avtalene ikke gjøres eksklusive utgjør ikke nødvendigvis en reduksjon i fortjenesten. I England grep Konkurransetilsynet inn i den engelske tv-avtalen for Premier League. Inngrepet medførte at et ikke-eksklusivt salg av tv-rettigheter ikke senket inntektene til rettighetshaverne.<sup>90</sup> Da BSkyB måtte dele rettighetene med Setanta, økte prisen med ca. 70 prosent. Om den samme utviklingen vil skje i Norge er derimot usikkert.

Både EU-Kommisjonen og myndigheter i andre land har statuert at medierettighetene til fotballen skal deles opp i mindre pakker, og dermed gjøres tilgjengelig for flere mediekanaler. Det vil sikre mest mulig effektiv fordeling av rettigheter på de forskjellige distributørene og kanalene. Selv om hver avtale skal vurderes konkret, er det nærliggende å tro at Konkurransetilsynet i Norge vil legge seg på den samme linjen. Mest sannsynlig innebærer dette at ved neste avtale vil ikke et medieselskap få en eksklusiv rett over det samlede produktet, slik som tilfellet var ved 2005-avtalen. Det er nærliggende å tro at ulike medieselskap vil dele på rettighetene, tilsvarende som utviklingen i andre land.

---

<sup>89</sup> Internett: <http://www.kampanje.com/medier/article183745.ece>.

<sup>90</sup> Konkurransenytt, nr. 1 2008, s. 2.

## 8 KILDEOVERSIKT

### Forkortelsesregister

DBU	Dansk Bold Union
FA	The Football Association
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
NFF	Norges Fotballforbund
NIF	Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité
NISO	Norske Idrettsutøveres Sentralorganisasjon
NTF	Norsk Toppfotball
SEF	Föreningen Svensk Elitfotboll
SvFF	Svenska Fotbollförbundet
UEFA	Union des Associations Européennes de Football

### Litteratur

Bakke, Egil. *Listeføring – til fordel for forbrukerne?*, Discussion Paper, 1/2001.

Eckhoff, Torstein og Jan Helgesen. *Rettskildelære*. 5.utg. Oslo: Universitetsforlaget, 2001.

Falkanger, Thor. *Fast eiendoms rettsforhold*. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget, 2001.

Flågan, Erik, Peter G. Nitter og Terje Svendsen. *Idrettens markeds- og medierettigheter*. Artikkel i *Idrett og Juss*. Gunnar Martin Kjenner (red). 3. utg. Universitetsforlaget, 2004 s. 129–156.

Gaustad, Terje. *Fjernsynssport: Rettighetsspørsmål og rettighetsøkonomiske konsekvenser*. Forskningsrapport, BI, 12/2000.

Giske, Lars Folkvard, Arve Føyen og Kirill Miazine. *Juridiske og praktiske utfordringer på mange fronter ved salg av Fotballrettigheter – en oversikt*. Svensk Idrotts Juridisk Förening Artikkelsamling (Idrottsjuridisk skriftserie) nr. 11, 2006, Krister Malmsten (red), s. 76–91.

Gulbrandsen, John S. og Terje Hoffmann. *Rettigheter i idrettsarrangementer*. Universitetsforlaget, 1983.

Hallgren, Lars. *Sportsrett*. 1. utg. København: 2000.

Haugaard, Rasmus S. og Casper Fisker. *EU og internationale klubsifter – set i fodboldens lys*. *Idrætsjuristen 2004*. Årsskrift for Dansk Idrætsjuridisk Forening. Jens Evald (red), s. 63–80.

Haugaard, Rasmus Skovsgaard og Casper Fisker. *Sportskontrakter*. Nyt Juridisk Forlag, 2004.

Kolstad, Olav. *Konkurranseloven som virkemiddel til å fremme « forbrukernes interesser »*. Tidsskrift for rettsvitenskap, 2005, s. 1-92.

Lunde, Tore. *Rettsvern i nordisk rett for idrettsarrangement, konkurransar og liknande hendingar som eignar seg for utsending eller referat gjennom radio eller i TV*. Lov og rett nr 2, 2002, s. 103–116.

Marthinussen, Hans Fredrik. *Ulovfestet ekstinksjon*. Jussens venner 2006, s. 1–29.

Marthinussen, Hans Fredrik. *En ny rettskildelære?*. Jussens venner 2006, s. 109–120.

Skage, Arild. *Sport, kringkasting og konkurranserett*. Spesialoppgave skrevet ved Universitetet i Oslo, 2003.

Thomassen, Kurt Tore. *Markedet for medierettigheter til norsk toppfotball*. Masteroppgave i samfunnsøkonomi. Bergen: 2006.

## **Domsregister, kommisjonspraksis og andre vedtak**

### **Norske rettsavgjørelser:**

Rt. 1999 s. 569

LB-2000-2421          Treminuttsdommen av 7. november 2000

Tromsø Byrett 1986    Nordlysdommen av 21. mai 1986 (sak nr. 84/1985 A)

### **Internasjonal praksis:**

C-415/93                Bosmandommen av 15. december 1995

COMP/C.2-37.398    UEFA-saken av 23. juli 2003

IP/02/1951            Premier League-saken av 20. desember 2002

### **Danske rettsavgjørelser:**

UfR 1982.179 H      DBU-saken

### **Andre avgjørelser:**

Sak 19/06                      Krav fra Norske idrettsutøveres sentralorganisasjon i  
tarifforhandlinger.  
Norges Idrettsforbunds Lovutvalg, Protokoll av 29. mai 2006

PFU-sak 282/07              Bergens Tidende (btv) mot NFF

## **Lover og forskrifter**

avtl.      Lov om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeserklæringer  
(avtaleloven) 31. mai 1918 nr. 4  
ekstl.      Lov om godtroerverv av løssøre (Godtroervervloven) 2. juni 1978 nr. 37  
Grl.        Kongeriget Norges Grundlov (Grunnloven) 17. mai 1814  
krrl.        Lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger  
(konkurranseloven) 5. mars 2004 nr. 12  
kringkl.    Lov om kringkasting (kringkastingsloven) 4. desember 1992 nr. 127  
tvangsl.    Lov om tvangsfullbyrdelse (tvangsfullbyrdelsesloven) 26. juni 1992 nr. 86  
åvl.        Lov om opphavsrett til åndsverk m.v. (åndsverkloven) 12. mai 1962 nr. 2

Kringkastingsforskriften    Forskrift av 28. februar 1997 nr. 153 om kringkasting

Forslag til endringer i forskrift 28. februar 1997 nr. 153 om kringkasting – listeføring av  
begivenheter av vesentlig samfunnsmessig betydning

## **Forarbeider**

NOU 2003:12                      Ny konkurranselov

Ot.prp. nr.2 (1999–2000) Om lov om endringer i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting (Endringer som følge av tillegg til EØS-avtalens fjernsynsdirektiv)

Ot.prp. nr.6 (2003–2004) Om lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger (konkurranseloven)

### **Internasjonale avtaler og konvensjoner**

EF-traktaten	Traktat om opprettelse av Det Europeiske Fellesskap 1. januar 1958
EMK	Den europeiske menneskerettskonvensjon med protokoller 21. mai 1999
EØS-avtalen	Avtale om Det europeiske økonomiske samarbeidsområde 27. november 1992

### **Direktiver**

EU-direktiv 97/36/EF ”Television without frontiers” av 30. juni 1997.

### **Idrettslige lover**

FIFA 2005	Standards Statutes of FIFA 2005
FIFA 2007	The Statutes of FIFA 2007
NFF 2008	Norges Fotballforbunds Lov av mars 2008 Norges Fotballforbunds sanksjonsreglement av mars 2008
NIF 2008	Norges Idrettsforbund og Olympiske Komité av 1.januar 2008
UEFA 2001	Regulations governing the implementation of Article 48 of the UEFA Statutes, 2001
UEFA 2007	The Statutes of UEFA 2007



## Elektroniske dokumenter:

- <http://arkiv.alltidfotball.no/?module=articles&tournament=7&id=1159>
- [http://ec.europa.eu/comm/competition/speeches/text/sp1998\\_037\\_en.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/speeches/text/sp1998_037_en.html)
- <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003D0778:EN:HTML>
- <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/02/1951&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en>
- <http://fotball.bt.no/eliteserien/article65295.ece>
- [http://web.bi.no/forskning/papers.nsf/dc1faa5090e7f026c1256e5c0044a137/799c4da848e7c69ac12569e30031392a/\\$FILE/dp2001-01.PDF](http://web.bi.no/forskning/papers.nsf/dc1faa5090e7f026c1256e5c0044a137/799c4da848e7c69ac12569e30031392a/$FILE/dp2001-01.PDF)
- <http://www.ba.no/Rikssport/Fotball/article1302715.ece>
- <http://www.fifa.com/aboutfifa/documentlibrary/organisation.html>
- <http://www.fotball.no/t2.aspx?p=766&cat=51832>
- <http://www.fotball.no/t1.aspx?p=51831&x=1&a=224160>
- <http://www.fotball.no/t2.aspx?p=51833&cat=51833&x=1&a=198441>
- <http://www.idrett.no/t2.aspx?p=14009>
- <http://www.idrett.no/t2.aspx?p=18965>
- <http://www.kampanje.com/medier/article183745.ece>
- <http://www.konkurransetilsynet.no>
- <http://www.nettavisen.no/sport/tippeliga/article275725.ece>
- <http://www.nif.idrett.no/t7.asp?p=18302>
- <http://www.niso.no/index.php?mod=one&id=15011>
- <http://www.pfu.no/case.php?id=2004>
- <http://www.premierleague.com/page/History/0,,12306,00.html>
- <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/hoeringer/hoeringsdok/2006/Horing-forslag-til-endringer-i-forskrift-2/1.html?id=439822>
- <http://www.sportsanalyse.no/wip4/print.epl?id=178049>
- <http://www.toppfotball.no>
- <http://www.toppfotball.no/article.php?id=843&p=>

- <http://www.uefa.com/uefa/mediaservices/regulations/index.html>
- <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=110354>

\* Alle web-adressene er kontrollert 23.04.2008.